Mauro Munafò

FAKE NEWS

HATERI ȘI CYBERBULLYING

CUI SERVESC ȘI CUM SĂ TE FEREȘTI

Ilustrații de Marta Pantaleo

Mauro Munafò

FAKE NEWS

HATERI ȘI CYBERBULLYING

CUI SERVESC ȘI CUM SĂ TE FEREȘTI

Ilustrații de Marta Pantaleo

Pentru micul Massimo, pentru că știe
întotdeauna să recunoască adevărul.
Îi mulțumesc Larei că l-a învățat ce este adevărul,
l-a reînvățat, l-a corectat, i l-a sugerat și l-a adaptat.

INTRODUCERE

„Pe termen lung, oportunitățile oferite de internet îi pun laturile negative într-un con de umbră. Fără să ignorăm acest fapt, trebuie să înfruntăm câteva dintre problemele care decurg de aici.“ Cu aceste cuvinte începe cel mai recent raport al UNESCO referitor la discursul care instigă la ura din mediul virtual. Și aceasta a fost abordarea mea când am scris cartea pe care o citești acum.

Nu suntem aici ca să demonizăm tehnologia care ne-a revoluționat modul de viață și care ne oferă zilnic posibilitatea să accesăm cunoștințe de neimaginat până acum câțiva ani. În acest moment, le avem la îndemână din casa noastră și de pe un simplu smartphone. Nu vei citi în paginile care urmează o nostalgie a timpurilor trecute. Nu vei suporta filipice „neo-ludice“ despre cât de mult rău ne provoacă tehnologiile recente.

Să începi o carte cu o listă de lucruri pe care nu le conține este un mod cam bizar de prezentare. Și totuși, în acest caz este necesar să îndepărtăm orice urmă de ambiguitate. La începutul anilor ’90, inventatorul englez Tim Berners-Lee, cercetător al laboratorului de fizică nucleară din Geneva, a hotărât să pună la dispoziția întregii lumi proiectul la care lucrase până în acel moment – internetul. Rețeaua pe care navigăm astăzi și pe care o folosim pentru site-uri și rețele de socializare s-a născut, așadar, într-un mediu științific, ca mijloc de transmitere a informațiilor și cunoștințelor. Primii 20 de ani de existență, într-un mod asemănător primilor ani de existență ai unei persoane, au fost plini de entuziasm, optimism, uimire și, în

anumite feluri, de iluzii. Până la sfârșitul anilor 2010, când webul „s-a maturizat", o mare parte dintre utilizatori l-au privit drept tehnologia care ar fi rezolvat multele probleme ale umanității. Riscurile asociate acestuia au fost subestimate, analizate precum cazuri izolate, reduse la statutul de preocupări excesive. În ultima perioadă, a „maturizării" instrumentului care a atins deja 30 de ani de existență, ne-a fost revelată o fațetă diferită a tehnologiei, plină de griji, frici și semnale de alarmă care vesteau apariția și răspândirea pe web a unor fenomene aparte.

În cartea pe care urmează să o citești, îmi doresc să examinez prin informații, date, studii și fapte anumite laturi mai obscure ale rețelei. Voi încerca să extind înțelegerea fenomenelor mai periculoase care apar în rețea și voi indica soluții pentru obținerea unei opoziții – chiar și prin propriul exemplu – față de dinamicile actuale deja înrădăcinate și scăpate de sub control. Această înțelegere va contribui astfel la îmbunătățirea mediului digital.

Fake news, minciunile, legendele urbane și teoriile conspirației au devenit în ultimii ani, prin intermediul difuzării pe rețelele de socializare precum Facebook și Twitter, argumente centrale ale dezbaterilor publice într-o asemenea măsură, încât sunt considerate un pericol pentru principiile democrației. Această îngrijorare nu este lipsită de motivații; în spatele multora dintre fake news care ajung pe profilul nostru sau pe WhatsApp există, de fapt, campanii de propagandă și întregi echipe formate și plătite pentru a le propaga cu intenția favorizării unui partid politic sau a destabilizării unei națiuni. Există și

oameni fără scrupule, interesați să facă bani pe spinarea aproapelui, chiar și cu prețul sănătății semenilor. Nu se lasă mai prejos nici daunele cauzate de discursurile care instigă la ură și de intimidările provocate de *hateri*, utilizatori care folosesc rețelele de socializare ca să emită cele mai rele insulte și amenințări pe motive rasiale, sexuale și politice. Se ajunge până la persecuții prin intermediul cyberbullyingului, o realitate cu care sunt nevoiți să se confrunte elevii și tinerii din întreaga lume.

Toate fenomenele despre care am vorbit nu s-au născut odată cu internetul, însă exploatează posibilitățile pe care acesta le oferă pentru a ajunge la un nou nivel de periculozitate. Instituțiile, forțele de ordine și chiar platformele de socializare răspund la aceste atacuri, uneori cu o întârziere nepermisă, prin diferite măsuri. Modul cel mai sigur de a înfrunta partea întunecată a rețelei este să o cunoaștem în profunzime, pentru că trebuie să știm cum să reacționăm singuri în fața ei. Chiar acesta este obiectivul meu în cartea de față.

„O MINCIUNĂ POATE SĂ FACĂ ÎNCONJURUL LUMII ÎNAINTE CA ADEVĂRUL SĂ APUCE SĂ IASĂ LA IVEALĂ.“

FRAZĂ CARE NU A FOST NICICIODATĂ ROSTITĂ NICI DE MARK TWAIN, NICI DE WINSTON CHURCHILL. ÎI APARȚINE LUI JONATHAN SWIFT, DAR ÎN MEDIUL ONLINE A FOST ATRIBUITĂ GREȘIT MULTOR PERSONAJE ISTORICE.

„CRED CU TĂRIE
ÎN OAMENI. DACĂ LI SE
PREZINTĂ ADEVĂRUL, POȚI
AVEA ÎNCREDERE
CĂ VOR FACE FAȚĂ
ORICĂREI CRIZE NAȚIONALE.
CEL MAI IMPORTANT ESTE
SĂ LE ÎNFĂȚIȘEZI FAPTE
REALE.“

ABRAHAM LINCOLN, AL ȘAISPREZECELEA PREȘEDINTE AL STATELOR UNITE ALE AMERICII

ARBEIT MACHT FREI
PROTOCOALELE
ÎNȚELEPȚILOR
SIONULUI

CAPITOLUL 1

DE LA GRECIA ANTICĂ LA HITLER

CÂT DE VECHI ESTE PRIMUL FAKE NEWS!

Primul fake news pe care trebuie să îl dezmințim este că nu existau fake news înainte de răspândirea lor pe internet și pe rețelele de socializare. Apariția și răspândirea informațiilor false sau înșelătoare și propaganda se numără printre cele mai folosite arme prin intermediul cărora oamenii obțin voturi și ajung la un consens, declanșează sau schimbă cursul războiului în favoarea lor, înfrâng adversarii sau se îmbogățesc. Odată cu evoluția tehnologiei, s-au schimbat instrumentele de propagare a informațiilor – de la scrisori la ziare, de la radio la TV, până la web și smartphone-urile din zilele noastre. Cu toate acestea, esența nu s-a schimbat niciodată.

Există numeroase exemple de minciuni istorice. În anul 300 î.H., filozoful grec Teofrast din Eres, discipolul lui Aristotel, ne vorbește în *Caracterele* sale despre „plăsmuitorul de știri" și despre tehnica

lui: „Plăsmuirea este o înșirare de vorbe și fapte închipuite, pe care plăsmuitorul vrea să le treacă drept adevărate. [...] Iar dacă-l întrebi: «Și vezi una ca asta?» «Cum nu, dacă-i adevărată?» îți răspunde îndată. Căci toți țipă în oraș, că vestea se lățește în toate părțile; că toți – dar absolut toți – sunt de aceeași părere.“* În Roma antică, Octavian Augustus a împrăștiat bârfe despre rivalul său ca să obțină sprijinul populației în goana lui după putere. Ele îl înfățișau pe Marcus Antonius ca pe un alcoolic incapabil să judece din cauza obsesiei pentru Cleopatra.

În Evul Mediu apare *Donația lui Constantin*, un document falsificat folosit secole la rând de Biserica Catolică. Este vorba despre un document care susține că împăratul roman i-a transferat Papei în secolul al IV-lea d.H. autoritatea față de biserică, teritorii și proprietăți din Europa și Orient. „Donația“, probabil inventată la sfârșitul secolului al VIII-lea, a fost folosită de Biserică pentru legitimarea puterii temporale a Sfântului Scaun și a fost menționată chiar de Dante în *Divina Comedie*. Autenticitatea i-a fost contestată abia la jumătatea secolului al XV-lea, nu înainte ca Papa să justifice cu ajutorul ei intervenția în chestiunea care privea descoperirea Americii de la sfârșitul aceluiași secol.

Fake news își fac apariția și din rațiuni economice. Asta s-a întâmplat la aflarea veștii despre moartea lui Napoleon din 1814, a cărei răspândire a condus la mari speculații financiare la Bursa de Valori din Londra. Același lucru s-a întâmplat la presupusa descoperire a vieții pe Lună, la mijlocul secolului al XIX-lea, când un anunț dintr-un periodic vâna creșterea vânzărilor.

---

* Teofrast, *Caracterele*, traducere din elină de C. Fedeleș, Casa Școalelor, 1943, p. 12. (*N. trad.*)

Ah, ziarele. O mare parte dintre fake news s-au născut la New York la începutul secolului al XX-lea, atunci când ziarele apelau la știrile inventate și la titlurile șocante în competiția pentru vânzări și cititori. Vestea adevăratei scufundări a navei de război *USS Maine* pe coasta Havanei în 1898 a fost pusă fără ezitare pe seama unui atac cu torpile lansat de o navă spaniolă. Ziarele au contribuit la înrăutățirea atmosferei dintre cele două națiuni, astfel încât, la câteva luni după eveniment, a izbucnit Războiul hispano-american. Studii ulterioare au scos la iveală cauza scufundării navei *Maine* – o mină sau o explozie internă.

Ne apropiem de prezent. Zorii secolului al XX-lea au cunoscut o diseminare a *Protocoalelor înțelepților Sionului*, un document în care niște presupuși evrei bătrâni descriu metode de preluare a puterii prin intermediul presei, economiei și guvernării. A fost un fals, probabil executat de poliția secretă la ordinele țarului, dar a devenit repede cunoscut, mai ales în rândul mișcării antisemite din Europa și din restul lumii, având un rol major în propaganda lui Adolf Hitler din Germania nazistă. Existența acestei așa-numite strategii evreiești de dominare a lumii a pătruns în conștiința publică de-a lungul secolului al XX-lea, devenind întâi o scuză pentru legile rasiale, apoi pentru apariția lagărelor de concentrare. Se estimează că soluția finală a dus la moartea a șase milioane de evrei. Acest document fals circulă până și astăzi online și în grupările de extrema dreaptă sau în cele islamiste, instigând la ură și la vărsare de sânge.

PREMIILE NOBEL, NĂSCUTE DINTR-O EROARE

Fake news conduc uneori la rezultate pozitive. În luna aprilie a anului 1888, un ziar francuzesc a publicat un articol virulent despre moartea inventatorului Alfred Nobel, pe care jurnalistul l-a poreclit „negustorul morții", pentru că se îmbogățise „găsind o metodă să omoare o mulțime de oameni în cel mai scurt timp". De fapt, la mijloc a fost o neînțelegere: omul care murise era Ludwig Nobel, fratele lui Alfred. În orice caz, articolul a avut un impact extraordinar asupra omului de știință, care devenise cunoscut în toată lumea pentru inventarea dinamitei și balistitei, compuși folosiți în construcții, minerit și, nu în ultimul rând, în industria militară și în producția armelor. Din frica de a rămâne în amintirea generațiilor viitoare drept tiran războinic, Nobel și-a schimbat testamentul, lăsând moștenire întreaga lui avere instituției care astăzi poartă numele de Premiile Nobel. Aceasta este cea mai prestigioasă formă de recunoaștere a meritelor celor care lucrează în fizică, medicină, chimie, economie, literatură și a celor care au contribuit semnificativ la promovarea păcii. Premiile Nobel sunt acordate anual la Stockholm și Oslo și sunt înmânate alături de un cec de 800 000 de euro.

CAPITOLUL 2

APARIȚIA TREPTATĂ A FAKE NEWS

DESPRE CE VORBIM CÂND VORBIM DESPRE FAKE NEWS ȘI DE CE NU SUNT TOATE ACELAȘI LUCRU?

În prezent, 4,5 miliarde de oameni au acces la internet. Mai mult de 2,4 miliarde dintre aceștia folosesc Facebook cel puțin o dată pe lună, 2 miliarde accesează YouTube, 1 miliard se loghează pe Instagram și 300 de milioane folosesc Twitter, dintr-un total de aproximativ 3,5 miliarde de utilizatori activi pe rețelele de socializare. La aceștia se adaugă și 1,6 miliarde de oameni care folosesc WhatsApp și peste 1 miliard care utilizează Facebook Messenger.

Am mai putea adăuga numere și statistici, însă probabil ți-ai făcut deja o imagine: nu am fost niciodată de-a lungul istoriei capabili să comunicăm instantaneu cu atât de mulți oameni, atât de ușor și de

repede. Internetul a transformat ideea de transmitere a mesajelor. Într-un timp relativ scurt, am ajuns de la supremația „modelului de difuzare" din televiziuni, radio și presă – în care un singur centru de informare comunică un mesaj către o masă de oameni care aleg dacă să îl primească sau nu – la nașterea „modelului de rețea", în care fiecare persoană este un nod, putând primi și crea mesaje și informații pentru alți utilizatori. Lipsa de mediere le oferă utilizatorilor oportunități fără precedent în privința accesului la informație și la distribuirea ei simultan. Dar acest fapt le oferă mijloace de manipulare și celor cu țeluri mai puțin onorabile. Fake news se numără printre aceste mijloace.

Discuția despre știrile false a devenit mai populară în prezent, reușind adeseori să provoace generalizări care au transformat chiar noțiunea de fake news într-o „amestecătură" de elemente eterogene. Să facem, așadar, un pas în spate. Fake news sunt niște informații false sau povești răspândite cu diferite scopuri, prin tehnici de mediatizare noi sau tradiționale. Nu există un singur tip de fake news – de-a lungul anilor, comunitatea științifică a reușit să stabilească diferite criterii și etichete cu ajutorul cărora să identificăm „nivelurile" de falsitate a unei știri. Una dintre cele mai titrate clasificări este cea teoretizată de Claire Wardle, directoarea organizației nonprofit First Draft, din Statele Unite ale Americii. Wardle susține că ar fi mai bine să vorbim despre „dezordinea informativă" decât despre fake news și propune următorii termeni: *mis-information*, *dis-information* și *mal-information*.

Mis-information apare atunci când știrile false sunt create neintenționat, probabil de o neînțelegere sau de graba exagerată – gândește-te la știrile care se adună în timpul evenimentelor tragice precum atacurile teroriste, dezvăluind informații despre posibilii vinovați sau despre desfășurarea evenimentelor, care ulterior se dovedesc false.
Dis-information descrie, în schimb, declarații complet false, create ca să afecteze oameni, organizații sau țări: un exemplu este știrea falsă care a circulat despre Barack Obama și despre nașterea lui în Africa. Asta ar fi însemnat că alegerea lui ca președinte al Statelor Unite nu a fost legitimă, o teză încurajată la început și de viitorul președinte Donald Trump.
În cele din urmă, *mal-information* desemnează informațiile reale popularizate cu scopul de a dăuna imaginii cuiva – asta se întâmplă în momentul în care documente private sau fotografii ale unui candidat sunt făcute publice în preajma alegerilor.

Studiile au identificat și rețeta perfectă pentru crearea unui fake news de succes. În primul rând, trebuie să stârnească un răspuns emoțional – să inspire imediat furie, ură, dragoste, încurajând reacții pe rețelele de socializare, precum un *like* sau un *share*, care să înlesnească mai apoi răspândirea știrii respective. În al doilea rând, trebuie să aibă o componentă vizuală puternică: creierul nostru înțelege imagini mult mai repede decât texte scrise. Așadar, ca să fie perfecte, fake news trebuie să conțină imaginea potrivită, însoțită de cea mai redusă combinație de cuvinte, atâta timp cât cuvintele sunt incisive (dacă ne gândim la *meme*-uri). În cele din urmă, povestea trebuie să fie puternică și repetată la nesfârșit. *Repetita iuvant* a fost modul în care romanii au explicat importanța repetiției ideilor până la asimilarea acestora. În urmă cu două mii de ani, ei găsiseră deja toate soluțiile.

ERA POST-TRUTH

Răspândirea fake news a schimbat radical atât dezbaterile publice, cât și procesul prin care ajungem să luăm hotărâri. În comparație cu știrile care apelează la emoții și convingeri, importanța faptelor cade pe locul doi. Nu contează dacă o anumită informație este adevărată sau nu – atâta timp cât ne confirmă ideile, o să pară credibilă.

Termenul de *post-truth* a fost inventat ca să descrie aceste situații eminamente noi. Expresia a apărut prima dată în anii '90, însă a intrat în vocabularul general mult mai recent, astfel încât în anul 2016 a fost desemnat de Oxford Dictionaries cuvântul anului. *Post-truth* se aplică în multe domenii de activitate. Este întâlnit cel mai des în politică: termenul a atins apogeul în anul referendumului Brexit și alegerii lui Donald Trump la președinția Statelor Unite, atunci când fake news au acaparat atenția multor campanii și buletine informative, iar informațiile răspândite astfel au ajuns la sute de mii de oameni. La fel de periculoase sunt efectele știrilor false în domeniul medical, acolo unde se răspândesc leacuri deloc științifice și potențial riscante.

CAPITOLUL 3

SĂ DĂM CĂRȚILE PE FAȚĂ

CINE ARE DE CÂȘTIGAT DE PE URMA INVENTĂRII FAKE NEWS

Dacă faci o plimbare pe străzile micului oraș Veles, din Macedonia de Nord, o urbe cu o populație de aproximativ 50 000 de locuitori, îți trec prin minte multe lucruri, dar nu și faptul că te afli în una dintre capitalele mondiale ale știrilor false. Da, în acest mic stat balcanic există una dintre „fabricile“ de fake news în limba engleză, care expediază astfel de informații pentru jumătate de glob prin intermediul Facebookului. Aproximativ 100 de site-uri administrate din acest loc, cu nume asemănătoare titlurilor reale din ziare, ascund adevărate portaluri pline de povești inventate, create pe loc ca să atragă atenția cititorilor occidentali și dedicate mai ales politicii. Tot acest efort are un singur țel – obținerea banilor.

Aceste site-uri de fake news adăpostesc reclame care, cu fiecare clic obținut, generează un câștig pentru cel care administrează pagina. Nu putem vorbi despre încasări uriașe, cel puțin pentru țările occidentale. Așadar, nu e de mirare că „fabricile", de cele mai multe ori administrate de echipe mici de tineri, se răspândesc în țări precum Macedonia de Nord, în care salariul minim pe economie ajunge la o valoare de doar 400 de dolari pe lună.

Conform unei investigații făcute de CNN, cel puțin 100 de site-uri au fost active de-a lungul ultimelor alegeri prezidențiale americane, un moment în care vizibilitatea știrilor politice atinsese cel mai înalt punct. Cu titluri precum „Papa Francisc îl susține pe Trump în lupta pentru președinție" sau „Michelle Obama este una dintre cele mai vulgare femei pe care le-am văzut vreodată, susține Mike Pence", portalurile digitale au generat sute de mii de interacțiuni pe rețelele de socializare și tot atâtea clicuri. Unul dintre antreprenorii care se ocupă de fake news a declarat pentru CNN că are 15 angajați și că încasează peste 2 000 de dolari pe zi, în special de pe urma știrilor favorabile lui Donald Trump, care atrag mai multe accesări decât cele obișnuite.

Cazul macedonean este doar cel mai vizibil punct al unei afaceri populare în întreaga lume. În fiecare țară există site-uri și rețele care vând minciuni ca să atragă clicuri: să deschizi un astfel de business costă puțin și îl poți administra chiar și singur. Pentru că vorbim despre o industrie ilegală, nu ne este ușor să definim cu exactitate valoarea sa. O estimare făcută de Global Disinformation Index vorbește despre cum 20 000 de site-uri din întreaga lume au încasat în ultimul an nici mai mult, nici mai puțin de 235 de milioane de dolari.

Celălalt mare producător de fake news este propaganda politică organizată. Partidele, regimurile și serviciile de informații se numără printre cei mai implicați finanțatori ai producției de știri false, fabricate ca să destabilizeze țările rivale, să discrediteze adversarii politici și să distragă atenția publicului de la adevăratele probleme. Potrivit unui raport făcut

public de Oxford Internet Institute din 2019, avem dovezi ale existenței unor formațiuni cibernetice antrenate de partide și de instituții publice în cel puțin 60 de țări din lume, fie ele de partea democrațiilor, fie guvernate de regimuri autoritare.

Exemplul cel mai interesant vine din Rusia. Operațiunile menite să dezinformeze, pornite de serviciile de informații de la Kremlin, au început pe vremea Uniunii Sovietice, iar revoluția digitală nu a întrerupt aceste practici, ci dimpotrivă. În anii 2000, deja se găseau dovezi ale existenței unor persoane antrenate să „invadeze" chaturile cu propagandă; apariția rețelelor de socializare doar a dus la extremă aceste tipuri de acțiuni. O societate cu sediul central la Sankt Petersburg, Internet Research Agency (IRA), a devenit studiu de caz. Activă începând cu anul 2013, IRA s-a mobilizat să influențeze principalele campanii electorale internaționale: a creat astfel locuri de muncă pentru cel puțin 600 de persoane și a cheltuit aproximativ 35 de milioane de dolari doar ca să intervină și să dezechilibreze alegerile prezidențiale americane din 2016. În decurs de trei ani, peste 30 de milioane de americani au interacționat cu fabricațiile IRA: știri inventate, sloganuri false, povești create ca să împartă în tabere electoratul, ca să descurajeze minoritățile să meargă la vot și să stimuleze elementele din extrema dreaptă.

Nici măcar Uniunea Europeană nu este imună la propaganda rusofilă: baza de date a East StratCom Task Force, echipă creată de UE ca să monitorizeze dezinformarea, a listat mai bine de 8 500 de cazuri de propagandă inițiată de Kremlin și răspândită prin intermediul rețelelor de socializare din Europa.

LA NAIBA CU SATIRA

În spatele unui fake news nu există întotdeauna o campanie defăimătoare sau o organizație – uneori este de ajuns o simplă neînțelegere. Să luăm drept exemplu următorul titlu: „Kim Jong-un a fost desemnat cel mai sexy bărbat de pe pământ." Această știre referitoare la conducătorul nord-coreean nu este adevărată. Și totuși, nu poate fi catalogată nici ca fake news. Este vorba doar despre un articol satiric scris de site-ul american *The Onion*. Din păcate, ironia nu a fost înțeleasă de toată lumea, iar cotidianul oficial al Partidului Comunist Chinez – în vederea unei alianțe a Chinei și Coreei de Nord – chiar a întărit veridicitatea acestei știri, alăturându-i o galerie cu fotografiile presupusului tiran șarmant. Acest episod poate fi folosit ca să ilustreze un fenomen întâlnit adesea în strânsă legătură cu fake news: satirele și articolele ironice. Site-urile dedicate acestei forme de scriitură comică sunt de ordinul sutelor, iar nivelul lor de comic se bazează pe imitația formei articolelor și titlurilor de jurnale mai serioase. Din păcate, nu toți prind din zbor ironiile, iar rețelele de socializare agravează situația: dacă găsești pe smartphone un titlu suprarealist, dar care are o formă credibilă, îl trimiți mai departe măcar unui prieten, care ar putea crede că știrea primită este adevărată. Un studiu din Statele Unite a demonstrat că, în fața titlurilor satirice, un număr mare de oameni (circa 10–28%) vor crede că știrea văzută este, în mod cert, adevărată. Așadar, nu prea mai există loc de glumă.

CAPITOLUL 4

PROPAGANDĂ ȘI POLITICĂ

AȘA SUNT FOLOSITE MINCIUNILE ÎN CAMPANIILE ELECTORALE

Politicienii nu au fost niciodată faimoși pentru aplecarea lor către adevăr. Promisiunile imposibil de îndeplinit și folosirea propagandei în scopuri electorale sunt strategii utilizate de candidați și aleși din toate colțurile lumii. Nu pot deci să fiu surprins că folosirea repetată de fake news și dezinformarea sunt unele dintre numeroasele instrumente implicate în comunicarea politică.

În timpul referendumului Brexit din 2016 – votul pentru ieșirea Regatului Unit din Uniunea Europeană –, unul dintre cele mai cunoscute sloganuri ale politicii *leave* (de plecare) spunea: „Acordăm săptămânal suma de 350 de milioane de lire sterline Uniunii Europene. Să îi folosim, în schimb, pentru serviciile sanitare naționale.“ Acest mesaj

imprimat cu majuscule pe autobuzele care au făcut ocolul țării a fost difuzat în fiecare transmisiune televizată și a făcut textul unei reclame lansate pe rețelele de socializare. Singura problemă ar fi că este o minciună: Regatul Unit nu plătește acea sumă săptămânal către UE, ci 250 de milioane de lire sterline. O parte importantă din acești bani le sunt restituiți apoi cetățenilor care accesează fonduri europene. Pe lângă faptul că este greșită suma, e aproape imposibil să afirmi că fondurile economisite ar putea fi folosite de serviciul sanitar național, mai ales fiindcă ieșirea din Uniunea Europeană presupune cheltuieli care anulează economiile. Potrivit mai multor analize, Brexitul riscă să aibă consecințe nefaste asupra economiei – atât de rele, încât să diminueze creșterea economică, deci și capacitatea țării de a finanța serviciile publice, inclusiv când vine vorba despre cele sanitare. În ciuda acestor „minciuni", un sondaj pornit de universitatea King's College din Londra în 2018, la doi ani după vot, a demonstrat că 42% dintre oameni cred până și astăzi că afirmația este adevărată.

În Europa apar mereu cazuri care implică dezinformare cu scopuri politice. În Franța, exact cu două zile înainte de alegerile prezidențiale din 2017, au fost afișate în mediul online 20 000 de e-mailuri strict secrete (o parte adevărate, o parte false) ale cabinetului lui Emmanuel Macron, cu scopul de a modifica rezultatul la urne. În Italia, Mișcarea Cinci Stele, cel mai votat partid la alegerile din 2018, a promovat ani la rând pe paginile oficiale site-uri cu dezinformări care prezentau articole precedate de titluri bombastice, scrise ca să atragă cât mai multe clicuri din partea cititorilor. Tot în Italia, în anul 2019, Facebook a blocat 23 de pagini cu mai mult de două milioane de urmăritori, dintre care jumătate răspândeau știri false în avantajul Mișcării Cinci Stele și al partidului de dreapta, Lega. În 2019, în Spania, Twitter și Facebook au închis o rețea cu 300 de pagini și profiluri active, care făceau propagandă în favoarea

Partidului Popular, o formațiune de centru-dreapta. Și acestea sunt doar câteva exemple.

Așa cum am precizat și în capitolul precedent, scena politică americană pare totuși cea mai bogată în producția de fake news. Cunoaștem toți cazul: felul în care președintele Donald Trump folosește rețelele de socializare. O analiză temeinică făcută de *The New York Times* asupra celor 11 000 de tweeturi scrise de Trump de la preluarea conducerii a scos în evidență felul în care *The Donald* a propagat de-a lungul anilor teorii conspiraționiste (conținutul a 1 600 dintre postările sale), știri false împotriva imigranților, despre fraudele electorale care îl puseseră într-o lumină proastă sau despre familia Obama, care îi interceptase ilegal convorbirile.

Impactul fake news asupra politicii nu este însă un caz întâlnit doar în Europa și în Statele Unite. Acest fapt s-a văzut foarte clar în timpul alegerilor din Brazilia, în 2018 – când au fost răspândite minciuni în favoarea viitorului președinte Bolsonaro prin intermediul WhatsApp – sau la alegerile din Kenya, în 2017. În Kenya, aproximativ 90% dintre alegători au mărturisit că citiseră cel puțin o știre falsă propagată de televiziuni ca CNN și BBC. Bâlciul nu se oprește aici. Primul rezultat afișat de Google la căutarea numelui lui Raila Odinga, candidatul opoziției, a fost mai multe săptămâni la rând un site creat de o echipă plătită de competiție. El afișa informații neadevărate și filmulețe care puneau în scenă viitorul țării guvernate de Odinga – adică haos, paupertate și dictatură.

MINCIUNA E PE MĂSURĂ

Nu ajunge să produci fake news ca să îți îndeplinești scopurile, trebuie ca ele să ajungă la persoanele potrivite. Mult mai relevante au fost la ultimele campanii electorale strategiile de *microtargeting* și capacitatea lor de a trimite mesaje publicitare sau politice doar persoanelor alese pe baza unor caracteristici precise. Rețelele de socializare pe care le folosim strâng cu siguranță, mai mult sau mai puțin explicit, o mare cantitate de date despre noi: preferințe, alegeri politice, vârstă, situație financiară, zona în care locuim și multe altele. Dacă sunt procesate corect, aceste date pot fi folosite ca să înțelegem ce fel de știri ne vizează cel mai mult. În 2018, presa internațională a scos la iveală cazul Cambridge Analytica, o agenție de consultanță care achiziționase fraudulos date despre 50 de milioane de utilizatori Facebook, ca să le monitorizeze și „atace" profilurile cu propagandă care să meargă la sigur. Cambridge Analytica a susținut campanii electorale de partea lui Donald Trump și Brexit, fiind controlată de oameni apropiați extremei drepte americane; după scandal, agenția a intrat în faliment. Printre „serviciile" pe care le furnizau se numărau producția și răspândirea de fake news despre subiecte sensibile care să îndemne utilizatorii să voteze pentru clienții lor.

NO
VAX
The New York Times
THE LANCET
THE LANCET
NO

CAPITOLUL 5

DEPENDENȚI DE MINCIUNI

MEDICINA ȘI SĂNĂTATEA SUNT INFECTATE CU VIRUSUL MINCIUNII

În februarie 1998, *The Lancet*, una dintre cele mai cunoscute publicații științifice, a publicat un studiu menit să schimbe viața a sute de mii de persoane. În această cercetare, Andrew Wakefield demonstra existența unei corelații între administrarea vaccinului ROR (cel care protejează împotriva rujeolei, oreionului și rubeolei) la copii și reacția de apariție, în cazul unora dintre ei, a unei tulburări de spectru autist. Așa au fost puse bazele uneia dintre cele mai periculoase minciuni sanitare din istorie – vaccinul care provoacă autism. La mai bine de 20 de ani după apariția studiului, știm că este o fabulație: eșantionul format din copiii aleși de Wakefield nu era în niciun caz unul oarecare, nicio cercetare viitoare nu a reușit să reproducă

rezultatele, iar Wakefield a fost finanțat de avocați implicați în lupta împotriva agențiilor producătoare de vaccinuri. Datorită tuturor acestor probe, studiul a fost scos de pe piață (deși cu o întârziere nefastă), iar lui Wakefield i-a fost retrasă calitatea de membru al Colegiului Medicilor. În ciuda acestor măsuri, minciuna nu a mai putut fi oprită și astăzi încă observăm pagubele pe care le-a produs. Scăderea numărului de vaccinări – cauzată și de aceste minciuni – a dus în ultimii ani la o creștere a numărului de persoane infectate cu rubeolă. Potrivit Organizației Mondiale a Sănătății, infectările au fost cu 300% mai răspândite în Europa în anul 2018, comparativ cu anul precedent, și de 15 ori mai întâlnite față de 2016. Această boală a ucis doar în Europa 72 de oameni în 2018 și a făcut peste 110 000 de victime global în 2017, fără să mai punem la socoteală numărul celor care au declarat că au rămas cu dizabilități permanente și costurile pe care le-au suportat sistemele sanitare ca să facă față epidemiilor.

Așa cum am observat, fake news din domeniul medical s-au născut înainte de apariția rețelelor de socializare, însă prin intermediul Facebookului și altor aplicații similare, posibilitatea de răspândire a crescut. Un studiu din 2019 a analizat cele mai redistribuite 100 de articole referitoare la sănătate scrise în engleză și a demonstrat că aproximativ jumătate dintre ele conțineau informații false sau incomplete, chiar dacă apăruseră în publicații importante. În plus, printre cele mai răspândite zece articole, mai bine de șapte au fost evaluate ca puțin credibile de un grup de experți. Articolul care susținea că, mâncând supă cu tăieței, faci instantaneu Alzheimer, a fost redistribuit de peste 330 000 de ori, iar un altul care sugera să folosim ceapă pentru vindecarea infecțiilor la urechi a fost distribuit de 320 000 de ori. Sigur că nu lipsesc nici articolele împotriva vaccinurilor, asociate cu moartea nou-născuților, pline de planuri cu privire la sterilizarea populației și cu o sumedenie de conspirații întunecate.

E important să ne întrebăm de ce sunt produse și răspândite fake news într-un domeniu în care o singură știre falsă poate avea repercusiuni grave, chiar și moartea. Prima motivație e șansa câștigului: când vine vorba despre vânzarea leacurilor alternative la suprapreț sau despre inventarea unor titluri bombastice, însă necorespunzătoare din punct de vedere științific (dacă ne gândim la panica din rândul media odată cu izbucnirea pandemiei de coronavirus), mulți nu își fac procese de conștiință când exploatează disperarea sau naivitatea pacienților și cititorilor. O anchetă BBC a găsit pe YouTube zeci de filmulețe care încurajau leacuri ridicole pentru cancer, cum ar fi soda caustică sau laptele de măgăriță. Filmulețele puteau strânge milioane de vizualizări, mai ales dacă erau sugerate de algoritmii YouTube și însoțite de publicitate pentru branduri internaționale, care nici nu știau că erau asociate cu acest tip de conținut și că îl finanțau (chiar dacă indirect). Dacă am reduce totul la aspectul economic, am fi naivi. De fapt, în alte sectoare de activitate, răspândirea minciunilor e strâns legată de încrederea scăzută a unor părți din populație în elitele aflate la conducere – printre care se numără și doctorii –, pe care le consideră corupte, deci lipsite de credibilitate în afirmații. Acei „doctori plătiți de multinaționalele farmaceutice", „bogații care păstrează tratamentul pentru ei" și așa mai departe: opozițiile dintre clasele sociale sunt dominate și de astfel de discursuri. La asta se adaugă și o combinație periculoasă între obsesia pentru sănătate, „efectul nostalgiei" și entuziasmul gratuit pentru orice metodă care trece drept naturală sau care este atribuită presupuselor leacuri din bătrâni. Așa ajung rețetele bunicii să fie mai credibile decât ale doctorului.

MÂNCAREA ASTA NE FACE BINE SAU RĂU?

Cafeaua în exces poate provoca chiar cancerul, dar mai degrabă îl previne. Un pahar cu vin pe zi face bine. Nu, stai, de fapt, e nociv. Și cu untul ce faci? Cu zahărul și carnea? Multe cotidiene, telejurnale și site-uri ne avertizează cu privire la apariția de noi studii nutriționale care demonstrează cât de benefice sau dăunătoare sunt alimentele pe care le consumăm. Sunt documente care se contrazic unul pe celălalt, creând doar confuzie. Dacă ne gândim la tabloidul englezesc *Daily Mail*, doar el a publicat de-a lungul anilor 19 articole care semnalau că băutul vinului crește riscul apariției tumorilor și în jur de 16 care declarau exact opusul. E dificil de stabilit în care informații să ai încredere. O cercetare din 2013, care purta titlul provocator „Tot ce mâncăm este asociat cu apariția cancerului?“, a ales 50 de ingrediente la întâmplare dintr-o carte de bucate și a verificat felul în care mai bine de 40 dintre ele fuseseră protagonistele a 254 de studii științifice – care își doreau să stabilească posibilele legături dintre alimente și apariția tumorilor – soldate, în majoritatea cazurilor, cu rezultate contradictorii. Există o mulțime de studii alimentare, însă calitatea lor este adesea discutabilă. Multe dintre cercetări sunt construite pe eșantioane restrânse, sunt finanțate de agenții interesate să promoveze propriile produse, sunt făcute doar ca să obțină vizibilitate mediatică și sunt simplificate peste măsură ca să corespundă acestor medii. Cel mai bine este să le citim cu multă prudență, fără să ne alarmăm sau să ne entuziasmăm.

CAPITOLUL 6

CÂND FAKE NEWS AJUNG SĂ UCIDĂ

VIOLENȚA UNEI ȘTIRI FALSE

În afară de știrile false care pot dăuna grav sănătății, mai există și ultima frontieră – fake news care îndeamnă oamenii să comită acte de violență și, în anumite cazuri, chiar să ucidă. Și nu este vorba despre cazuri excepționale sau marginale. În unele țări vorbim despre adevărate situații de urgență din punct de vedere social, pentru care guvernele și coloșii tehnologiei caută o soluție cât mai rapidă. Cele mai grave consecințe ale acestor știri s-au înregistrat în India, unde răspândirea lor a fost garantată de platforma de mesagerie WhatsApp (proprietatea Facebook din 2014), foarte accesibilă în India grație apariției explozive de smartphone-uri conectate la internet înregistrate în ultimii ani. Multe zone rurale în care nu ajunseseră servicii de bază, unde taxele pentru învățământ erau foarte scăzute, au fost propulsate în scurt timp într-o

revoluție digitală garantată de simpla conexiune la internet și de telefoanele mobile vândute la preț redus. Există aici un detaliu contextual pe care nu trebuie să îl subestimăm. Așa cum vom vedea, este demonstrat că o tehnologie atât de puternică precum accesul la rețelele web poate provoca pagube uriașe atunci când nu deținem proprietățile culturale prin intermediul cărora să o ținem în frâu. Altfel spus, nu putem distinge adevărul de minciună.

În India a fost semnalată, prin intermediul fotografiilor și filmulețelor, apariția unor traficanți de carne vie și pedofili în apropierea unor sate. Erau tot știri false, create prin juxtapunerea unor cadre preluate din alte surse, dar care au dus la linșajul public al câtorva nevinovați, care au avut nenorocul să fie în locul nepotrivit, la momentul nepotrivit – străini, fiindcă nu erau recunoscuți de oamenii locului, acuzați de infracțiuni mult mai grave. Potrivit unor reconstituiri jurnalistice, în intervalul 2017–2018, cel puțin 31 de oameni au fost uciși de mulțimile furibunde, ca urmare a răspândirii de știri false cu ajutorul „scrisorilor în lanț“*. Dar asta s-ar putea să fie doar o aproximare prin lipsă: site-ul indian de știri News 18 a numărat doar în statul din Nordul Indiei, Uttar Pradesh, cel puțin 100 de revolte asemănătoare în august 2018. Nu au fost descoperiți încă făptașii operațiunilor, deși este clară intenția de generare a unei stări de teamă și tensiune la nivelul unei țări deja divizate de confruntările religioase și civice.

* *Catene di Sant'Antonio* în original (it.), un fenomen inițiat prin intermediul scrisorilor, care acum a luat forma unor mesaje electronice, și al cărui scop este să convingă destinatarii să popularizeze conținutul acestora – fie prin scheme de manipulare emoțională, fie prin scheme piramidale de îmbogățire rapidă. (*N. trad.*)

Din India ajungem în Nigeria, unde a fost înregistrată o situație similară. Aici, se pare că Facebook a fost centrul unui scandal cu fake news, deoarece platforma este folosită de 24 de milioane de nigerieni. O anchetă BBC a demonstrat că în orașul Jos (circa 1 milion de locuitori) au fost declanșate episoade violente între creștini și musulmani prin răspândirea de imagini false în rețea. Mai multe fotografii cu copii mutilați sau torturați au fost prezentate ca probe care să incrimineze etnicii musulmani locali (populația fulani). Vestea s-a răspândit și i-a făcut pe câțiva dintre manifestanți să blocheze străzile și să caute în fiecare mașină de pe stradă etnicii fulani. Au fost uciși brutal cel puțin 12 nevinovați. Și în acest caz, „fitilul" aprins de fake news a stârnit un incendiu care să cuprindă un strat social deja scurtcircuitat de diferențe majore între etniile locale.

Tot în Africa, tensiunile dintre triburi, galvanizate astfel de răspândirea fake news, s-au dovedit o mare piedică în lupta împotriva epidemiei de Ebola. Campania de vaccinare s-a lovit, de fapt, de răspândirea știrilor false, conform cărora virusul nici măcar nu exista și urma să fie contractat prin intermediul injecției – folosită de anumite grupuri ca armă de exterminare a rivalilor. Doctorii trimiși de organizațiile internaționale să combată răspândirea virusului au fost întâmpinați de scepticismul celor care chiar au recurs la atacuri armate în spitale. În paralel, pe WhatsApp erau trimise mesaje cu leacuri-minune împotriva virusului, cum ar fi să faci băi în apă sărată sau să o bei. În Nigeria anului 2014, două persoane și-au pierdut viața și alte 20 au ajuns în spital din cauza încrederii oarbe în astfel de știri.

CUM SĂ PROFIȚI DE PE URMA VICTIMELOR

Nu sunt de ajuns doar morțile provocate de fake news. Există atâtea exemple în care moartea cuiva a fost transformată, instrumentalizată, ba chiar a apărut din piatră seacă. Exemplul cel mai la îndemână sunt minciunile despre moartea celebrităților, lansate de site-uri ca să prindă în mreje atenția cititorilor de pe rețelele de socializare și, bineînțeles, banii obținuți astfel prin publicitate. Mai există și cazurile de manipulări politice din secțiunea cu știri despre crime: omucideri în urma cărora reiese că responsabilitatea le aparține sau le este atribuită greșit anumitor minorități etnice sau religioase, cu scopul de a stârni furia și temerile în preajma alegerilor. Sigur că există și cazuri cu denaturări mai sofisticate. În mai 2019, în Olanda, o fată de 16 ani care suferea din cauza depresiei și trecuse prin abuzuri a hotărât să se sinucidă. Știrea a făcut înconjurul Europei cu ajutorul unui detaliu complet fals – tânăra ceruse și obținuse eutanasia. În realitate, cererea de eutanasie fusese doar prezentată (legal în Olanda) și apoi respinsă. Însă știrea falsificată a devenit repede o armă pentru grupurile care luptau împotriva eutanasiei, active fie în țările în care practica era legală, fie în cele a căror opinie publică cerea intrarea practicii în legalitate.

CAPITOLUL 7

CEI AFLAȚI LA PUTERE NU NE SPUN

TUNELUL CONSPIRAȚIEI GLOBALE

Dacă am face o clasificare a fake news și a dezinformărilor în funcție de gravitate, primul loc ar fi ocupat de teoriile conspirației. Este vorba despre ipotezele conform cărora adevărul pe care îl știm despre anumite evenimente istorice e diferit și este ținut secret de grupări formate din persoane de obicei bogate și puternice. Hitler nu s-a sinucis, ci s-a retras în Argentina, atentatele de pe 11 septembrie 2001 au fost organizate de Guvernul Statelor Unite, SIDA a fost creată în laboratoarele CIA, există companii care ne manipulează cu ajutorul substanțelor chimice împrăștiate în aer – doar câteva exemple de conspirații actuale.

Ca să înțelegem amploarea fenomenului, e de ajuns să căutăm pagina de Wikipedia care a încercat să reunească toate tipurile de conspirații – împărțită în zeci de subcapitole, la rândul lor împărțite

în multe subsecțiuni, fiecare dintre ele desemnând o altă teorie. Ce vreau să spun este că există sute de conspirații și unele sondaje afirmă că milioane de oameni le cred adevărate. O cercetare din 2014 de la University of Chicago susținea că jumătate dintre americani cred cel puțin o teorie a conspirației. Dezvoltarea rețelelor de socializare nu a făcut decât să faciliteze peste măsură posibilitatea de propagare a minciunilor. Numărul și complexitatea lor fac imposibilă dezmințirea fiecăreia pe parcursul acestei cărți. În plus, ar fi un exercițiu inutil, fiindcă aceia care încearcă să le demonteze sfârșesc prin a fi identificați drept „agenți" ai puterii care încearcă să ascundă adevărul. Cel care crede teoria este astfel convins încă o dată că „deranjează" și că are dreptate. E doar un alt cerc vicios.

Ar fi mai util să existe un „principiu" care să facă teoriile mai puțin atrăgătoare. În 2016, fizicianul David Robert Grimes a inventat un algoritm care să calculeze cât durează până când o conspirație este demontată. Elementul de la baza formulei lui Grimes este numărul de persoane implicate – cei care cunosc secretul și nu trebuie să îl divulge. Cu cât e mai mare numărul, cu atât durează mai puțin până e dezvăluit. Este simplu. Dacă mii de oameni știu că omul nu a ajuns pe Lună, mai devreme sau mai târziu cineva va divulga asta. Poate din cauză că a băut o bere în plus sau pentru că, distrus de procesele de conștiință, comunică presei toate dovezile. Potrivit lui Grimes, un secret despre falsa aselenizare ar fi putut să fie păstrat cel mult trei ani și opt luni, din moment ce în anii '60, la NASA lucrau circa 400 000 de oameni. O conspirație despre falsa încălzire globală ar fi persistat ceva mai mult, trei ani și nouă luni, dacă stăm să ne gândim doar la cei 400 000 de angajați ai institutelor de cercetare a climei din lume. Tot Grimes susținea că o teorie a conspirației trebuie să fie împărtășită de cel puțin 125 de persoane ca să reziste mai mult de un

secol. Din aceste motive, ne este greu să credem că un număr atât de redus de subiecte ar putea să susțină niște planuri capabile să țină în șah miliarde de oameni.

Rămâne să ne întrebăm de ce ajung oamenii să creadă teoriile conspirației, în ciuda faptului că dovezile care le dezmint sunt foarte ușor de găsit. Există mai multe explicații și au legătură fie cu psihologia, fie cu sociologia problemei. Teoriile ne oferă adesea explicații simpliste pentru fenomene complexe sau controversate, răspunzând astfel nevoii creierului de a încadra realitatea în scheme cu care este familiarizat. E mai ușor să acceptăm că există un leac ascuns pentru cancer, în loc să recunoaștem că nu suntem în stare încă să găsim un remediu. Într-o oarecare măsură, e mai confortabil să te gândești că singura forță capabilă să doboare doi zgârie-nori în cel mai important oraș din lume este Guvernul, spre deosebire de o grupare teroristă. Așa cum am văzut deja în cazul minciunilor din domeniul sanitar, oamenii cu puțină încredere în instituțiile statului sau care își asumă poziția de marginali ai societății găsesc alinare, ba chiar o supapă pentru tensiunile lor prin adoptarea teoriilor conspirației. Ei se poziționează astfel ca inamici publici ai celor de la putere, care le ascund adevărul.

CEL MAI NEBUNESC SCENARIU DIN LUME

În marea de teorii ale conspirației care există, merită să îi acordăm toată atenția celei care, pe bună dreptate, poate fi considerată cea mai bizară. Există oameni convinși că Terra este plată, nu sferică, și că marile puteri ale lumii sunt implicate în ascunderea acestui adevăr. Teoria Pământului plat este exemplul perfect de conspirație care pune laolaltă minciunile, refuzul științei și adesea chiar fanatismul religios – cu o interpretare literală și limitată a versetelor biblice, refuzată chiar și de cele mai zeloase fețe conservatoare bisericești. Cu timpul, teoria Pământului plat a adunat din ce în ce mai mulți adepți și a fost actualizată în ultimii ani din cauza existenței internetului și a susținerii acordate de anumite VIP-uri. Să ne lămurim: nu există un număr mare de adepți, însă existența lor demonstrează că imensa cantitate de dovezi și studii științifice – de la demonstrațiile filozofilor din Grecia Antică până la fotografiile făcute din spațiul cosmic – nu ajută la a-i convinge pe susținători să își schimbe ideile. În plus, unul dintre momentele în care această bizară teorie s-a bucurat de un succes major în istoria recentă a fost înregistrat cu ocazia aselenizării din anii ’60. Potrivit conspiraționiștilor, aterizarea pe lună nu a avut loc. Evenimentul – înregistrat, care ar fi trebuit să pună punct tuturor ipotezelor despre Pământul plat – a înfierat convingerea celor mai fideli dintre adepți.

CAPITOLUL 8

VERIFICAREA ADEVĂRULUI ȘI DIVULGATORII

VÂNĂTORII CARE NE DEZVĂLUIE ÎN FIECARE ZI MINCIUNI

„Fiecărei acțiuni îi corespunde o reacțiune egală și contrară“, așa sună al treilea principiu fundamental al mecanicii. Iată cum o regulă fizică devine utilă și pentru discursul nostru: explozia fenomenului fake news pe rețelele de socializare a dus, de fapt, la creșterea forțelor principalilor antagoniști, *debunking* (literal, „îndepărtarea minciunilor“) și *fact-checking* („verificarea faptelor“). Cele două expresii indică toate acele activități care încearcă să descopere dacă o știre este reală sau nu, scoțând în evidență într-o manieră transparentă sursele și dovezile care îl fac pe *divulgator* să le considere falsuri. Chiar dacă site-urile dedicate dezmințirii miturilor urbane și teoriilor conspirației difuzate prin intermediul internetului s-au

născut odată cu webul (unul dintre cele mai importante din Statele Unite, Snopes, a apărut în 1994), în ultimii ani, numărul inițiativelor de acest tip și atenția pe care au generat-o au crescut exponențial în toate țările.
Nu există o tipologie a divulgatorului. Persoanele implicate în operațiunea de verificare a sutelor de povești care circulă online sunt foarte diferite. Mai important decât *cine* face asta este *cum* o face, adică metoda folosită de bloggeri, cercetători, oameni de știință, profesioniști sau pur și simplu de cei pasionați de subiect. Ca să nu mai existe niciun dubiu cu privire la veridicitatea unei știri, sunt necesare munca de cercetare, semnalarea precisă a surselor folosite (pe lângă analizarea lor) și, în plus, capacitatea de expunere a temelor care se dovedesc adesea prea complicate pentru cei nefamiliarizați cu astfel de cercetări.

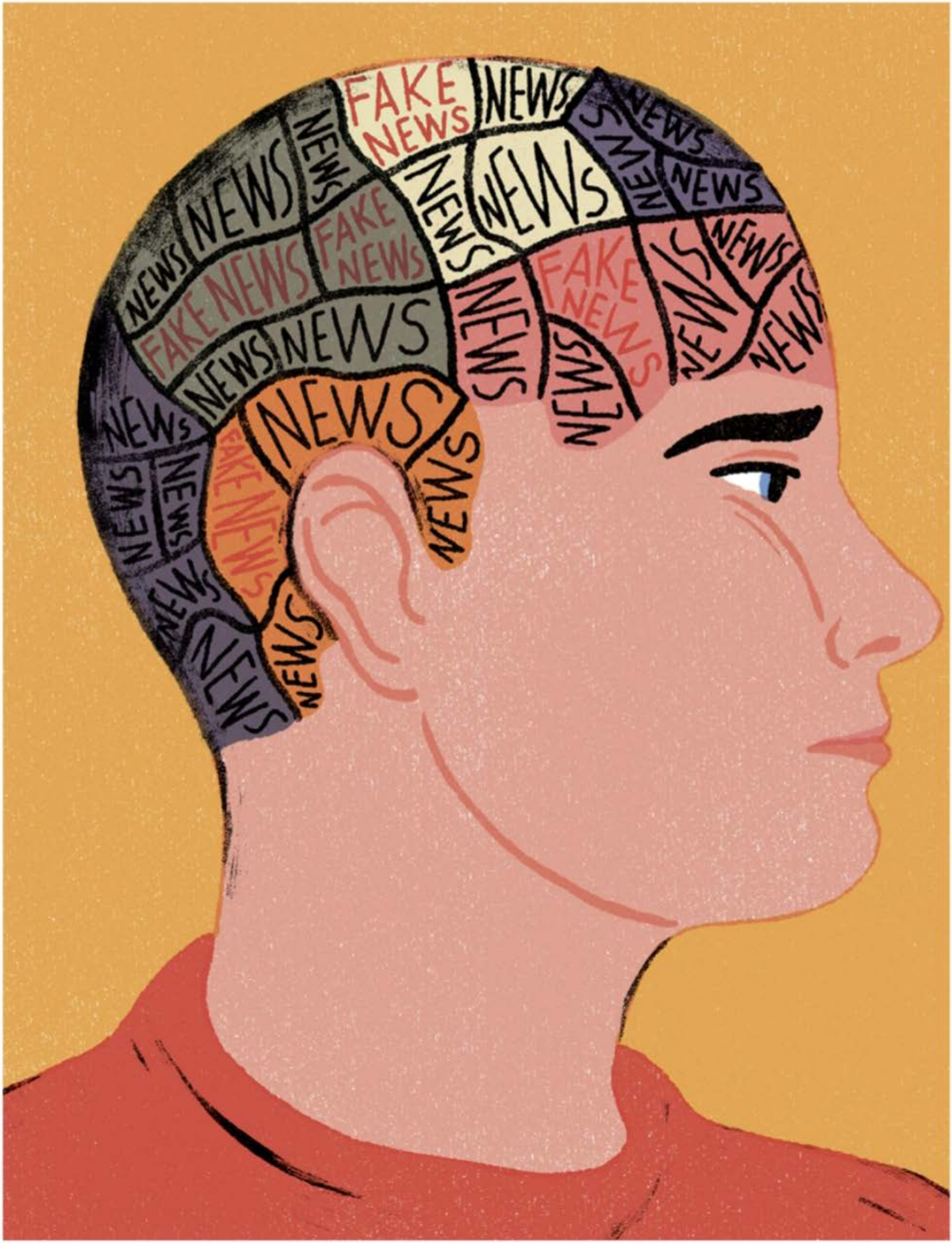
Jurnaliștii merită o mențiune specială în domeniu. Activitatea de *fact-checking* este, de fapt, una dintre bazele jurnalismului, fiind practicată cu sfințenie de un număr mare de reporteri, chiar dacă nu întotdeauna și nu de toată lumea. Există mai multe tipuri de fake news și, în multe cazuri, primele instrumente de răspândire a informațiilor false sunt exact publicațiile considerate serioase și de încredere. Există multe cauze ale acestui fenomen: graba scrierii unui articol, încrederea într-o sursă îndoielnică, interpretarea greșită a unor fapte, adăugarea unui titlu bombastic care să atragă cititorii sau lipsa unei verificări atente înainte de lansarea știrilor. Cazurile diferă și, din păcate, chiar dacă sunt puși în fața propriilor greșeli, mulți jurnaliști refuză să și le recunoască și nu pun accentul corespunzător pe modificarea articolului. Astfel, este diminuată încrederea cititorilor în ecosistemul informațiilor și crește posibilitatea ca unii dintre ei să își îndrepte atenția către surse înșelătoare sau în mod vădit false.

Și asta se întâmplă pentru că rămân sceptici în privința informațiilor populare și a jurnaliștilor incapabili să își recunoască greșelile.

Succesul proiectelor de *fact-checking* se află pe o pantă ascendentă, iar asta se datorează și faptului că inițiativele au reușit să genereze un răspuns din partea publicului care se informează din mediul online. Aceleași rețele de socializare pe care erau vehiculate știri false s-au concentrat în ultima vreme pe colaborarea cu proiectele care semnalau aceste realități pentru a îmbunătăți conținutul informațiilor difuzate pe propriile site-uri. Facebook, afectat de scandalul Cambridge Analytica și aflat în centrul controverselor despre posibilele influențe rusești asupra campaniei electorale din Statele Unite, a anunțat implementarea sistematică a mecanismelor de *fact-checking* în anumite țări pentru utilizatorii săi și pentru cei de pe Instagram (proprietatea Facebookului din 2012). Cele două rețele au hotărât să nu oprească redistribuirea de fake news, dar să le reducă posibilitatea de a deveni virale (prin modificarea algoritmului) și să le comunice utilizatorilor că informațiile pe care urmează să le citească, privească sau distribuie sunt considerate false de către publicul independent. Pentru că este vorba despre o actualizare recentă, nu știm încă să estimăm când va reuși inițiativa să aibă eficiență în reducerea dezinformării din mediul online.

CINE ÎI PLĂTEȘTE PE DIVULGATORI

Cine se implică în verificarea informațiilor și în divulgarea de fake news primește adesea acuzații că este un „*agent*" plătit de exact acele puteri care vor să ascundă adevărul (sau de adversarii politicii dezmințirii sau de alte forțe asemănătoare). De fapt, site-urile și specialiștii ocupați cu *fact-checking* sunt adesea transparenți cu privire la cine îi finanțează. Urmează să alcătuim o listă scurtă a mijloacelor prin care sunt susținute astfel de proiecte, excluzând de aici redacțiile în sensul tradițional al cuvântului. O parte dintre publicații își susțin activitatea prin publicitatea online, la fel cum fac și site-urile de știri. Altele, în schimb, alături de veniturile obținute grație spoturilor publicitare sau ca alternativă pentru acestea, le cer cititorilor donații pentru a-și continua munca. Mai există apoi și consorții de specialiști finanțați prin programe instituționale, prin anunțuri promovate de coloșii tehnologiei sau care își vând serviciile publicațiilor jurnalistice. În ultimul rând, mai există și specialiștii independenți, de obicei specializați într-un singur domeniu sau sector de activitate (de exemplu, cel medical), implicați în operațiunea de *debunking* gratuit sau care își folosesc notorietatea câștigată prin activitate ca să publice cărți sau să participe la transmisii televizate.


FAKE NEWS
NEWS
NEWS

CAPITOLUL 9

NU E ADEVĂRAT, DAR AM ÎNCREDERE

CUM REUȘESC FAKE NEWS SĂ REZISTE ÎN FAȚA ORICĂREI DOVEZI

Ne confruntăm și cu veninul dezinformării, dar deținem și antidotul *fact-checkingului*. Înseamnă că putem sta liniștiți? Nicidecum. Eforturile *debunkingului* și lupta împotriva fake news înfruntă o serie de probleme legate de dinamicile răspândirii informațiilor online și de modalitatea în care se formează comunitățile pe rețelele de socializare. Ne vom ocupa în detaliu de următoarele situații, rezumate în felul următor: fake news „funcționează" mult mai bine decât articolele care le dezmint, ajung la mai mulți oameni și, chiar și atunci când *fact-checkingul* compară sursele acestor informații, ele sunt adesea ignorate voit. Să le luăm pe rând.

Primul avantaj competitiv al dezinformării este timpul. Fake news

sunt fabricate din start cu anumite atribute care să le facă „virale" și să atragă atenția unui public cât mai larg. Ele sunt de obicei „emoționante", deci obțin reacții puternice, fac referire la celebrități sau la fenomene pe care le considerăm importante și sunt scrise chiar și în câteva rânduri sau se limitează la un titlu și o fotografie sub el. Așadar, fake news pot fi făcute în grabă și cu puțin efort. Articolele specializate în *fact-checking* sunt exact opusul: apar imediat după ce o știre falsă este pusă în circulație, nu sunt niciodată emoționante, ci apelează la rațiune (noțiune care amendează exact producția de știri virale), oferă informații precise, care cer timp ca să fie strânse și expuse. Între apariția unor fake news și dezmințire trec uneori zile întregi, iar asta reprezintă un avantaj pentru primele. O cercetare a Media Lab de la Massachusetts Institute of Technology, realizată cu ajutorul a 120 000 de povești distribuite pe Twitter între 2006 și 2017, a demonstrat că o știre falsă se răspândește de șase ori mai repede decât una adevărată – o cursă imposibil de câștigat.

Al doilea punct de analizat este distribuirea. Internetul este o rețea deschisă pentru toată lumea, dar asta nu înseamnă că utilizatorii sunt legați între ei în același mod. De fapt, au tendința să se înconjoare de oameni care le împărtășesc și în realitate, și online punctele de vedere. Acest fenomen se numește *echo chamber* („cameră de rezonanță"): convingerile noastre și ideile sunt susținute constant de prietenii care gândesc la fel și astfel ajungem să ne confruntăm foarte rar cu viziuni alternative. Odată ce fake news sau o interpretare a faptelor sunt acceptate în cercul nostru, e foarte puțin plauzibil să mai întâlnim elemente care să le poată demonta. Intensitatea camerelor de rezonanță este accentuată și de algoritmii care modifică vizibilitatea postărilor pe rețelele de socializare: cu cât ne cunosc mai bine, cu atât ne oferă mai mult conținut potrivit pentru noi. Astfel, se ajunge

la o și mai mare polarizare a opiniilor. Dacă avem o orientare de stânga, vorbim doar cu oameni de stânga și vedem numai și numai conținut de stânga – continuând să avem acces doar la o parte a realității și expunându-ne la anumite tipuri de știri care să ne dezinformeze (exemplu valabil și pentru oamenii de dreapta).

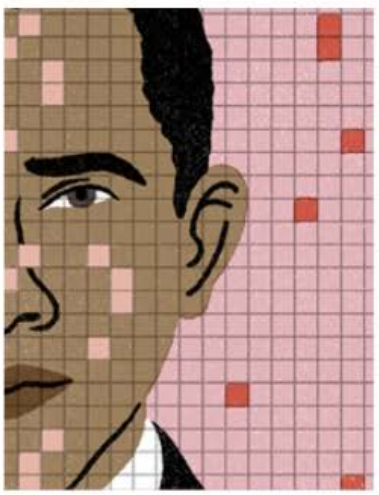
Ultimul punct de analizat – chiar și când avem acces la *fact-checking*, ignorăm procesul sau îl folosim ca să ne întărim ideile, oricât de puțin raționale ar fi. O cercetare italiană din 2017 publicată în PLOS One a analizat comentariile și interacțiunile – complotiste sau care făceau *debunking* – de pe site-urile științifice a 54 de milioane de utilizatori, pe parcursul a cinci ani, scoțând la iveală faptul că aceste „triburi" se întâlnesc foarte rar și, atunci când o fac, nu iese prea bine. Complotiștii care primesc conținuturi *fact-checking* reacționează agresiv, recurgând la defensive și la propriile convingeri. Aceste reacții au și un nume, *backfire effect* (efectul de recul), legat de modul în care procesăm informațiile din mediul înconjurător, atunci când rezistența noastră e mai mare în fața celor care se opun cunoștințelor dobândite. *Debunkingul* nu este, așadar, panaceul tuturor relelor, dar este relevant pentru oamenii care vor să obțină informații veridice și nu se baricadează în camerele lor de rezonanță, rămânând astfel deschiși în fața posibilității de a-și schimba ideile.

DACĂ PROBLEMA FAKE NEWS DEVINE UN FAKE

După ce am văzut limitele *fact-checkingului*, apare altă întrebare: nu cumva „puterea" influenței fake news este exagerată de politicieni și media, fiind redusă astfel la calitatea de simplu element care întărește convingeri deja existente? Întrebarea nu e, de fapt, banală. În acest moment, sunt puține studii care oferă câteva răspunsuri și nu se aventurează să tragă concluzii. Și totuși, în prezent încă nu a apărut dovada eficienței campaniilor de dezinformare bazate pe fake news nici măcar în politică. În 2017, un grup de cercetători au adresat un chestionar despre idei politice unui eșantion de peste 1200 de alegători americani de pe Twitter, fie ei democrați sau republicani. Dintre aceștia, aproximativ o cincime intraseră în contact cu propaganda rusă a IRA. Rezultatele publicate în octombrie 2019 în revista *Proceedings of the National Academy of Sciences* nu au indicat diferențe majore între cei care intraseră în contact cu propaganda rusă și ceilalți. Asta nu înseamnă că acele campanii erau inutile, fiindcă ar fi straniu ca atât de multe mari puteri să investească milioane în ceva ce nu obține nimic. Cu toate acestea, trebuie să recunoaștem că nu avem o înțelegere profundă a mecanismelor care dezinformează.

CAPITOLUL 10

DEEPFAKE, ULTIMUL OBSTACOL



NU PUTEM AVEA ÎNCREDERE NICI MĂCAR ÎN DOVEZILE VIDEO

Un articol iese și din piatră seacă, o fotografie poate fi modificată cu ajutorul unor programe ușor accesibile. Ne mai rămâne să avem încredere doar în dovezile video. De fapt, nu e chiar așa. Noua frontieră a falsurilor este înscrisă în câmpul imaginilor în mișcare și este denumită *deepfake* – un fenomen aflat în plină dezvoltare, născut la sfârșitul anului 2017, și devenit una dintre principalele amenințări la adresa credibilității conținuturilor de care beneficiem.

Deepfake-urile sunt clipuri făcute în software-uri prin care, grație inteligenței artificiale și a tehnicilor de învățare automată, chipul unei persoane este înlocuit cu al uneia la alegere. Precizia acestui procedeu face aproape imposibilă detectarea unui fals cu ochiul liber. Nu vorbim, așadar, despre o manipulare banală. Posibilitățile sunt mai

mult sau mai puțin infinite: de la a-i face pe politicieni să dea declarații șocante, care să le spulbere cariera, până la a transforma vedetele în protagoniste de filme pentru adulți pe care nu le-ar face niciodată. Nu vorbim despre scenarii SF, ci despre două exemple care au fost deja certificate.

Potrivit ultimului raport Deeptrace, întocmit în luna septembrie a anului 2019 – exhaustiv pe această temă –, există cel puțin 15 000 de clipuri *deepfake* online și, în doar opt luni, volumul lor total s-a dublat. Majoritatea producțiilor au conținut pornografic: 96% dintre filmulețele existente sunt destinate adulților și au în rolurile principale actori și cântăreți celebri, ale căror chipuri le înlocuiesc pe ale actorilor din filmele porno. Motivul existenței acestor producții rămâne în principal comerțul. Există mulți oameni care doresc să își vadă vedetele preferate în scene sexuale explicite. Site-urile porno care permit încărcarea *deepfake*-urilor au strâns peste 130 de milioane de vizualizări (Statele Unite, Coreea de Sud și Regatul Unit sunt principalele piețe), iar fiecare clic corespunde sumei strânse mulțumită publicității online.
E important să subliniem faptul că ne confruntăm cu o violență îndreptată împotriva femeilor, ale căror imagine, reputație și demnitate sunt grav afectate. Nu este de mirare că au apărut deja în toată lumea proiecte de lege care să elimine astfel de producții și, bineînțeles, să îi pedepsească pe făptuitori. Dar situația nu se încheie aici, fiindcă răspândirea programelor (care permit realizarea individuală de *deepfake*-uri) face posibilă transformarea oamenilor de rând în protagoniști. Filmulețele realizate astfel sunt transmise prin mesaje și prin intermediul rețelelor de socializare, dând naștere unor daune incomensurabile.

Un alt domeniu de răspândire a *deepfake*-urilor este politica. În septembrie 2019, unul dintre cele mai urmărite posturi italiene a difuzat un video al fostului prim-ministru Matteo Renzi, care scotea sunete de pârțuri la subraț dedicate președintelui și emitea comentarii grele la adresa protagoniștilor de pe scena politică națională. Filmulețul era un *deepfake* gândit ca o provocare, dar care nu le-a fost prezentat în termeni clari telespectatorilor, astfel încât mulți utilizatori de pe rețelele de socializare au crezut că văd un filmuleț neregizat și astfel au apărut polemicile din presa locală. Multe filmulețe false au fost produse în scopuri demonstrative și în Statele Unite la adresa lui Barack Obama și Donald Trump, deschizând dezbaterile publice despre pericolele pe care le prezintă tehnologia asupra informației.
Mai există și cazul Gabon. La sfârșitul anului 2018, în statul african apăruse zvonul că președintele Ali Bongo Ondimba ar fi murit, iar vestea fusese ascunsă. Ca să înlăture dubiile, el a apărut într-un video cu urările bine-cunoscute ale sfârșitului de an. Din păcate, a reușit astfel doar să perpetueze alte dubii din cauza unor particularități ciudate. La o săptămână după difuzarea filmulețului, militarii au încercat să preia puterea printr-o lovitură de stat, susținând că filmul arătat populației este un fals. Nici până astăzi nu este clar dacă apariția lui Bongo Odimba a fost sau nu un *deepfake* (experții au păreri diferite și încă nu există tehnica potrivită care să descopere adevărul), dar posibilitatea să fi fost a generat un puci ratat. E clar că suntem puși în fața unei tehnologii pe care trebuie să o manevrăm cu grijă.

CUI ÎI APARȚINE CORPUL NOSTRU

Pe lângă abuzurile făcute prin intermediul *deepfake*, există și alte zone de aplicare a tehnologiilor care permit substituirea digitală a oamenilor în filme. Cinematografia investește sume colosale în tehnologie, iar rezultatele sunt deja cunoscute: în 2016, actorul Peter Cushing a interpretat rolul guvernatorului Tarkin în *Rogue One: A Star Wars Story*, același rol din primul film al seriei *Star Wars*, în care a jucat în 1977. Singura problemă era că Peter Cushing murise în 1994. Interpretarea în noua peliculă a fost, așadar, contribuția altui actor, a cărui identitate a fost „suprapusă" în post-producție peste rolul lui Cushing din 1977, preluat din secvențele vechiului film. Nimeni nu și-a putut da seama cu ochiul liber de diferență în cinematograf. A fost vorba despre primul caz de folosire îndelungată a unui actor care nu mai era în viață. Până mai ieri, o soluție de acest fel era folosită doar în cazuri de urgență, ca să întregească producții pe parcursul cărora unul dintre protagoniști murea subit (de exemplu: Brandon Lee în *The Crow* sau Oliver Reed în *Gladiator*) sau pentru scurte apariții. Acesta este abia începutul. În 2020 a fost anunțat un film cu James Dean, actor dispărut într-un accident auto în 1955, iar lista cu posibili *reînviați* devine din ce în ce mai lungă. Odată cu ea devine acerbă și dezbaterea despre cât de etic este să preiei trăsăturile unor oameni morți – cu sau fără acordul urmașilor – ca să le folosești pentru totdeauna în filme.

NEWS

CAPITOLUL 11

RECUNOAȘTEREA ȘI DEMONTAREA UNOR FAKE NEWS

MANUAL PENTRU UN FACT-CHECKING DOMESTIC

Știrile false sunt produse ca să fie răspândite în grabă, precum virusurile în timpul unei epidemii. Una dintre cheile succesului lor este să îi convingă pe cititori să le împărtășească și cu alții. Din această cauză este necesar să recunoaștem fake news și să folosim anumite instrumente ca să le demascăm. Cunoștințele astfel obținute sunt importante nu doar ca să ne ferească de a deveni victime ale dezinformării, ci și ca să limiteze „contagiunea". Iată „zece porunci" prin care să combați fake news.

Keep calm. În epoca rețelelor de socializare, în care cu un clic se poate ajunge la o mulțime de cititori în mai puțin de o secundă,

așteptarea este cea mai bună dintre resurse. Fake news profită de graba și neatenția prin care oamenii trec de la un profil la altul, de la un smartphone la altul. Fă-ți timp să te asiguri că informația citită este adevărată.

Treci de titlu. Citim mare parte dintre articolele care ne trec prin fața ochilor doar până la titlu, fără să dăm clicul care să ne dezvăluie restul. Înainte să răspândim la rândul nostru o știre, avem datoria să o citim în întregime și să nu ne încredem în rezumatul alarmant la care se rezumă titlul.

Caută pe Google. Ca să demontăm o știre falsă, avem nevoie întotdeauna de aproximativ cinci secunde. Este exact timpul petrecut căutând titlul pe un browser ca să verificăm că primele rezultate primite nu sunt site-urile de *fact-checking* sau *debunking* care le controlează veridicitatea. Cele mai redistribuite știri false sfârșesc, de fapt, destul de repede, fiind luate în vizor de divulgatori.

Verifică autorul. Toată lumea poate să își deschidă site pe internet, dar nu toate site-urile sunt de încredere. Dacă ajungi să citești un portal sau o pagină pe care nu o cunoști, verifică informațiile referitoare la moderatori (în secțiunea „Cine suntem“ sau sub motoarele de căutare). Dacă nu găsești nicio informație sau prea puține date, cu siguranță citești un fals. Fii atent și la URL. Portalurile false imită foarte des numele publicațiilor importante, dar cu una sau două litere modificate, astfel încât să nu ne dăm seama de diferență.

Găsește sursele. Cine îmi spune că informația pe care o citesc este adevărată? Sursele articolului sunt scrise clar și sunt semnalizate măcar printr-un link? Celelalte ziare au acordat la fel de multă atenție acestei știri sau nici nu fac referire la ea? Cu cât sunt mai vagi răspunsurile la aceste întrebări, cu atât mai ridicată este posibilitatea să citești o minciună.

Fii atent la emoții. Fake news sunt mereu emoționante și caută să stârnească în noi furie, indignare sau o emoție puternică. Când dai peste un titlu care dezlănțuie în tine o reacție de acest fel, acordă mai multă atenție materialului citit.

Imaginile nu spun totul. O știre falsă poate fi răspândită sub forma unui text căruia i se alătură o fotografie care ar putea fi preluată dintr-o cu totul altă sursă și ar putea fi modificată. Folosind Google Imagini sau *reverse search* pe TinEye.com, poți descoperi de unde a venit imaginea și dacă a fost folosită în trecut în alt loc. Așa descoperi că o fotografie care trece drept mărturie a unui eveniment întâmplat în fața casei tale este făcută, de fapt, în alt capăt al lumii.

Verifică datele. Dezinformarea nu este bazată întotdeauna pe știri false, ci pe povești mai vechi scoase la suprafață ca să alarmeze lumea și să dăuneze imaginii cuiva. Investigațiile Parchetului care se încheie fără dovezi sau declarațiile mai apoi dezmințite sunt doar câteva exemple de știri adevărate, dar depășite, care provoacă la fel de multe prejudicii ca fake news. Verifică mereu data apariției unui articol.

Fii atent la satire. Sigur, realitatea depășește uneori fantezia. Însă un titlu apărut ca o glumă poate fi înțeles greșit, iar cititorii ajung să creadă că au în față o știre adevărată. Convinge-te că nu ai de-a face cu un site de umor.

Dacă nu ești sigur, nu da mai departe. Ai urmat îndeaproape cele nouă porunci, dar a apărut ceva care nu te mai convinge? Foarte bine! Dacă ai dubii, nu da știrea mai departe și întoarce-te la prima poruncă. Așteaptă fără grabă apariția unor informații noi, pentru că asta este cea mai înțeleaptă alegere.

UNDE GĂSEȘTI CELE MAI BUNE EXEMPLE DE FACT-CHECKING

Cel mai bun mod de a înțelege cum funcționează metoda *fact-checking* este să o vezi la lucru. Numărul site-urilor care se ocupă cu verificarea informațiilor s-a mărit în ultimii ani, astfel încât nu mai există nicio țară în care acestea să nu activeze. O bună cale de a aborda pentru prima dată aceste procedee este chiar accesarea portalului International Fact-Checking Network (IFCN), o rețea internațională de proiecte dedicate practicii, care activează deja de mai mulți ani. Exact în momentul în care citești acest text, 71 de site-uri fac parte din rețea și alte nouă sunt puse pe lista de așteptare: din Africa de Sud până în India, din Argentina în Turcia, din Statele Unite până în Germania, exemplele apar din orice colț al lumii. IFCN reprezintă astăzi un reper al verificării știrilor grație parametrilor clari și stricți care trebuie respectați de cei care vor să facă parte din organizație. Participanților le sunt cerute explicații transparente pentru sursele lor de finanțare și pentru structura organizațională, trebuie să garanteze o metodologie unică folosită pentru verificarea fiecărui tip de știre și să asigure un remediu rapid și clar în cazul în care apar erori sau informații nou dobândite, iar munca lor trebuie să fie constantă și deloc întâmplătoare. Este posibil ca aceste cerințe să pară excesive, dar ele permit înlăturarea oricărui dubiu despre imparțialitatea serviciilor pe care le oferă site-urile de *fact-checking* și cresc astfel încrederea cititorilor în informațiile oferite.

CAPITOLUL 12

URA A ÎMPÂNZIT INTERNETUL

HATERII PUN STĂPÂNIRE PE REȚELELE DE SOCIALIZARE

Ura există de la apariția omului. Definițiile și motivațiile acestui sentiment perfect uman sunt nenumărate: invidie sau teamă de celălalt, metodă de atac a comunităților considerate periculoase, prejudiciu la adresa unui lucru pe care nu reușim să îl înțelegem întru totul. E pură utopie să ne gândim că tocmai ura ar putea să rămână izolată de internet și de rețelele de socializare. Ce putem face este să încercăm să înțelegem mai bine cum ia amploare acest fenomen odată cu apariția noilor tehnologii și cum e posibil să îi facem față.

Fiecare discurs al urii de pe internet, numit generic *hate speech*, acționează pe două niveluri, așa cum explică Jeremy Waldron, profesor în cadrul New York University School of Law, în cercetările sale. Primul nivel este revolta la adresa categoriei-țintă, care își propune să dezumanizeze și să umilească alte categorii – susținând

inferioritatea unei etnii în comparație cu alta, amenințând adepții unei religii, diminuând capacitățile femeilor și așa mai departe. Al doilea obiectiv este să popularizeze ideea lor către alți oameni cu idei similare, arătându-le astfel că nu sunt singuri, că nu trebuie să se teamă să își exprime opiniile și că există o comunitate care le împărtășește nonsensurile. Precum o boală, ura contaminează și se extinde prin intermediul canalelor digitale, pe care le folosește ca pe un mijloc de transmitere.

Răspândirea sigur nu este văzută cu ochi buni de patronii platformelor. Businessurile Facebook, Twitter, YouTube și toate celelalte rețele de socializare sunt fondate pentru timpul pe care îl petrecem utilizându-le: cu cât e mai lung, cu atât le îmbogățim depozitul de date personale sau numărul de clicuri pe reclamele pe care ni le furnizează. Nimănui nu îi face plăcere să treacă prin comentariile unei postări atacate de *hateri*, oameni care insultă și amenință. Acesta este și motivul pentru care *hate speech*-ul aduce daune economice pentru giganții web, care sunt pregătiți mereu să îl combată, chiar dacă nu obțin întotdeauna rezultate satisfăcătoare.
Termenii și condițiile de utilizare ale acestor site-uri – pe care le acceptăm, de multe ori fără să le citim, atunci când creăm un cont nou – interzic explicit orice tip de mesaj care ar putea să jignească sau să discrimineze alți utilizatori sau să incite la acte de violență. Pedeapsa este în mod normal un *ban* – alungarea definitivă sau temporară de pe rețea. Respectarea regulilor e însă orice, numai ușoară nu. Potrivit unei statistici recente, la fiecare 60 de secunde sunt postate doar pe Facebook 510 000 de comentarii, 293 000 de actualizări de stare și 140 000 de fotografii. Să te asiguri că nicio informație de acest tip nu împrăștie ură este o provocare tehnologică greu de învins, fie

că vorbim despre controlul algoritmilor, fie despre ghidajul oferit de echipele de moderatori în carne și oase.

Mai există un aspect la fel de important: combaterea *hate speech*-ului trebuie să țină cont de libertatea de expresie a oamenilor. Să interzici folosirea anumitor termeni sau să ștergi cuvintele altcuiva este un tip de cenzură uneori necesară, dar care nu poate fi inițiată într-un mod superficial sau grăbit. Chiar și să le oferi unor platforme comerciale cum sunt rețelele de socializare puterea de a hotărî ce se poate spune și ce nu duce la apariția unor scenarii preocupate de starea de fapt a dezbaterilor într-o democrație. Este necesară, așadar, vigilența și în această direcție, care să reziste în fața tentației de a invoca „poliția cuvintelor" sau propunerea unor legi restrictive sau liberticide.
Ca să aducă progrese capacității de intervenție rapidă în cazurile mai grave, multe rețele de socializare colaborează la nivel local cu forțele de ordine și cu asociațiile active împotriva violenței virtuale. Asociațiile, prezente sub diferite nume în orice țară, sunt primele care promovează programe de educare a modului în care folosim sănătos rețelele. Și asta se întâmplă pentru că, e important să înțelegem, nu va mai exista niciodată o tehnologie atât de precisă când vine vorba despre înlăturarea violenței verbale sau o lege atât de bine pusă la punct, încât să îmblânzească leii din spatele tastaturii. Doar cultura și folosirea corectă a unui instrument atât de puternic ca internetul pot să reducă din toxicitatea mediului digital în care trăim cu toții.

URA DIGITALĂ DEVINE REALĂ

Unul dintre cele mai periculoase mituri care trebuie dezmințite în privința urii de pe internet este că reprezintă un fenomen mărginit de granițele digitale. Este doar o iluzie să te gândești că folosești rețelele de socializare ca pe niște supape prin care să evacuezi cele mai rele porniri și asta să nu aibă nicio consecință asupra realității înconjurătoare. Au apărut câteva cercetări realizate în mai multe țări care demonstrează că există o legătură directă între *hate speech* în mediul online și creșterea violențelor. Cercetătorii Karsten Müller și Carlo Schwarz de la University of Warwick au descoperit că în Germania, în regiunile unde sunt folosite mai des rețelele de socializare, și în perioadele electorale care duc la creșterea propagandei anti-imigraționiste a partidelor de extrema dreaptă, a fost înregistrată o mărire treptată a cazurilor de violență împotriva refugiaților și a solicitanților de azil. Un studiu al HateLab de la University of Cardiff a strâns timp de opt luni tweeturile care conțineau insulte grele cu caracter rasist venite din Londra și a combinat datele cu infracțiunile comise împotriva minorităților etnice și religioase înregistrate de poliție. Și în acest caz a fost semnalată o legătură directă a celor două fenomene. În plus, potrivit cercetătorilor, ar fi posibil să prevenim creșterea ratei criminalității în mai multe arii prestabilite, dacă am monitoriza cu ajutorul instrumentelor și algoritmilor potriviți discursurile pline de ură din mediul online.

CAPITOLUL 13

HATERUL DE CURSĂ LUNGĂ ȘI HATERUL DIN VECINI

OAMENII CARE URĂSC ÎN MEDIUL DIGITAL ȘI OBIECTIVELE LOR

Oamenii care urăsc în mediul digital nu sunt făcuți după același calapod. Cei care își descarcă violența verbală pe rețelele de socializare sau pe alte canale pot fi împinși de motivații și obiective diferite. Ne regăsim din nou în fața unui fenomen vast. Potrivit unui sondaj al Eurobarometrului din 2016, făcut cu ajutorul locuitorilor din 27 de state europene, trei din patru persoane care foloseau rețelele de socializare au declarat că ascultaseră sau citiseră amenințări și atacuri verbale îndreptate împotriva jurnaliștilor, bloggerilor și altor persoane cunoscute. Cam o jumătate dintre ei au recunoscut că renunțaseră să participe la discuții din cauza tonurilor folosite.

În linii mari, există două categorii de *haterі*: cei spontani și cei organizați. Nu vorbim aici despre două lumi separate și independente una de cealaltă, ci despre două sfere care se întâlnesc, se alimentează reciproc și se contaminează.

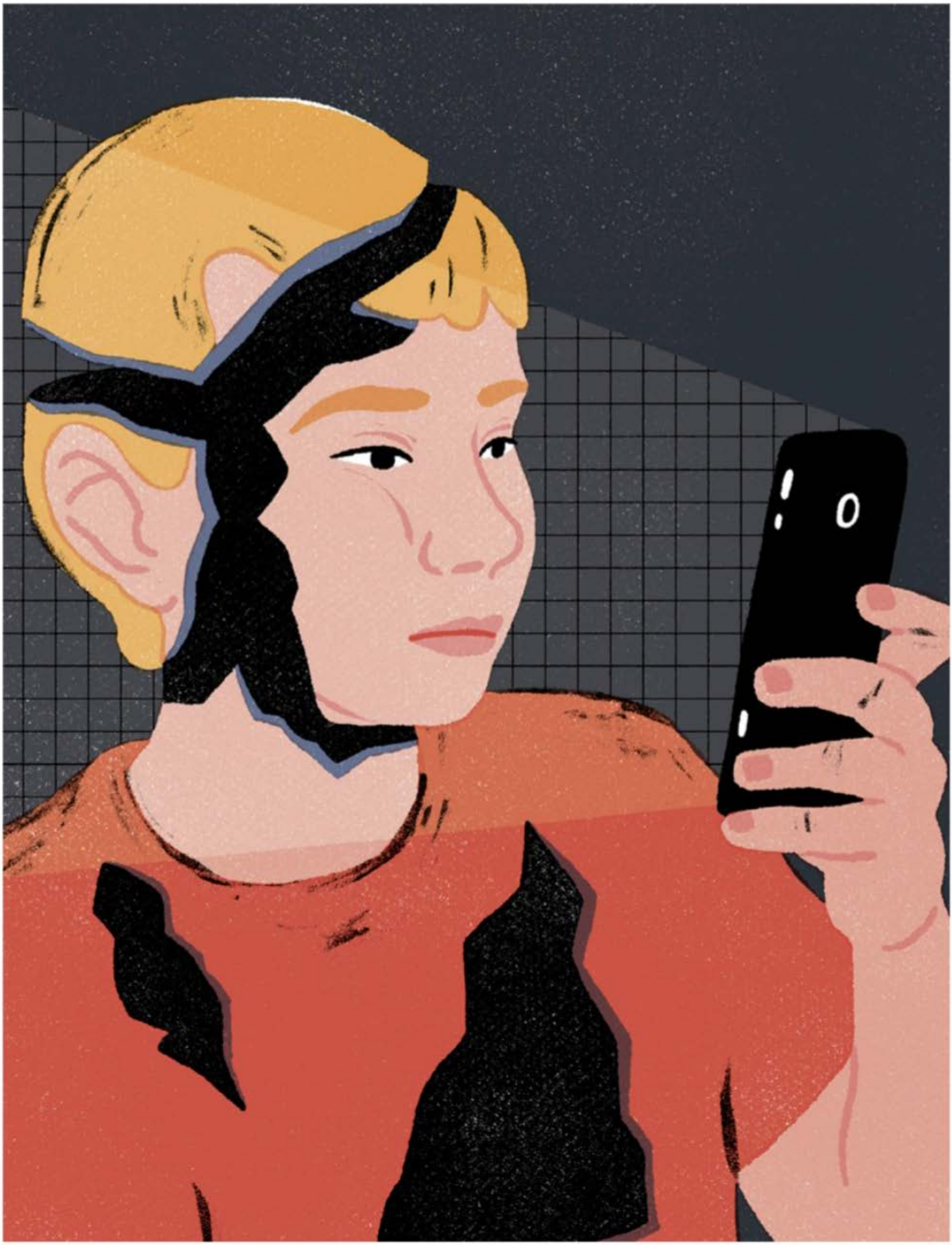
În categoria *haterilor* organizați pot fi incluși toți cei care participă sau creează grupuri secrete ca să își coordoneze astfel atacurile. Un exemplu din această categorie sunt apărătorii unui partid sau susținătorii unui lider. Când le este comunicat mai mult sau mai puțin explicit un obiectiv, cei din „armata digitală" se ridică împotriva victimei desemnate cu mesaje agresive, amenințări – *shit storm* (o furtună de critici acide). Vorbim despre o strategie foarte eficientă, fiindcă are legătură de obicei cu diferența dintre adversari. Să ne imaginăm un ministru care atacă un jurnalist, o asociație sau un individ care l-au criticat. Ei bine, el are puterea să stârnească online o mulțime de oameni împotriva lor. Victima poate lupta, dar cu greu, și se trezește singură împotriva unui pluton de execuție digitală. Campaniile de atac digital se folosesc de oameni adevărați, cu nume și prenume, de profiluri anonime și de boți și sisteme automatizate care, programate cum trebuie, reușesc să provoace multe daune. Țelul lor ar putea fi pedepsirea vocilor dizidente, pătarea reputației cuiva, intimidarea sau schimbarea opiniei publice asupra unui eveniment (după modelul „când doi îți spun că ești beat, du-te și te culcă"). Există multe exemple de astfel de campanii: de la *Russian web brigades* (plătite de statul rus pentru orchestrarea turbulențelor online) și *50 Cent Army* (finanțată de Guvernul chinez ca să atace dizidenții și să atragă atenția către discursul președintelui) până la susținătorii cei mai agresivi ai partidelor din Occident, care creează structuri organizate de gherilă digitală. Cum se întâmplă de obicei, toate subiectele ajung din cauza lor în acea zonă gri dintre hărțuire și calomnie (sancționate

prin lege) și libertatea de exprimare (protejată de lege). Având în vedere natura schimbătoare a acestor operațiuni, e mereu dificil de găsit un singur vinovat.

Mai există și cealaltă categorie, a *haterilor* spontani, care în viața de zi cu zi muncesc și se comportă normal, dar care, ajunși în fața unei tastaturi, își revarsă toată furia. Pe scurt, *haterii* din vecini. Cei mai mulți dintre ei devin agresivi din cauza campaniilor mediatice care nu se mai opresc sau din cauza prejudecăților personale. Printre ei se numără adesea persoanele mai în vârstă sau cele care nu au o cultură vastă a mediului digital. Un exemplu valabil pentru ambele situații vine din Italia, unde în anul 2018, președintele Sergio Mattarella a devenit ținta atacurilor online din cauza unei hotărâri referitoare la formarea noului Guvern. O femeie în vârstă de 68 de ani i-a scris pe Facebook: „Ți-au omorât fratele, nenorocitule! Nu îți ajunge?" Ea se referea la uciderea unei rude a președintelui, comisă de mafia siciliană. După ce a fost localizată de forțele de ordine, femeia și-a dat seama ce scrisese, parcă trezită din bula ei de ură. Declarațiile făcute în instanță seamănă cu manifestul *haterului* incapabil să înțeleagă greutatea propriilor cuvinte: „Am fost influențată prostește. Eu, care sunt mamă, bunică și o mare iubitoare de animale și artă. Sunt, în schimb, impulsivă și fac parte dintr-o generație care nu e formată din genii ale tastaturii."

PE URMA ARMATEI URII

Cine sunt *haterii*, cum trăiesc, de ce revarsă valuri de ură online și își dau seama ce fac? Asta s-a întrebat fotograful și regizorul norvegian Kyrre Lien, autorul documentarului *Internet Warriors*, din 2017. După ce a citit zeci de mii de mesaje rasiste, homofobe, sexiste, antisemite și anti-islamiste, Lien a luat urma unora dintre autorii remarcilor și a petrecut trei ani în jurul lumii ca să îi găsească – din Regatul Unit până în Statele Unite, din Norvegia până în Liban și Rusia. Obiectivul lui a fost să îi cunoască, să le descopere ideile și să își dea seama ce fel de oameni sunt. Rezultatul anchetei sale, disponibil gratuit pe site-ul publicației *The Guardian*, este un portret cu mii de contradicții, cu o valoare sociologică incredibilă. A avut de-a face cu un muncitor englez furios pe imigranți, dar căsătorit cu o femeie de origine thailandeză, cu o pereche de rusoaice terorizate de pericolul reprezentat de homosexualii care le distrug patria și cu un vânzător norvegian convins că Africa trebuie colonizată ca să dispară islamismul, dar care, după ce a cunoscut un băiat de origine musulmană, a regretat tot ce scrisese în trecut.



CAPITOLUL 14

HATERUL DEVENIT CYBER

HĂRȚUIREA A DEPĂȘIT SFERA DIGITALĂ

Bullyingul este o plagă a societății noastre și un simbol al contradicțiilor care o alcătuiesc. Termenul care astăzi ni se pare evident este, de fapt, mult mai recent decât credem. S-a răspândit abia prin anii 1980, grație unor studii apărute în țările scandinave. Asta nu înseamnă că mai departe de ultimii 40 de ani fenomenul nu exista, ci dimpotrivă. Și totuși, pentru o perioadă îndelungată, părinții și profesorii au subestimat problema, considerând total eronat că violența între copii este o etapă a creșterii lor și că adulții nu trebuie să intervină. Din nefericire, și în cazul cyberbullyingului există tendința de diminuare a gravității fenomenului, care nu face decât să producă pagube reale și de lungă durată.

Să facem un pas în spate și să clarificăm despre ce vorbim. Bullyingul „tradițional“ e un act de violență intenționată și repetată de un tânăr de-a lungul timpului, iar aici ne referim mai ales la minori, asupra unui om mai mic decât el sau de aceeași vârstă. Violența este manifestată în trei feluri. Există violența fizică, începută prin împunsături, palme, pumni, șuturi și bătăi, care se pot transforma în adevărate ritualuri de tortură (un exemplu este tehnica de simulare a înecului, *waterboarding*, care are loc în școli și le este aplicată elevilor nou-veniți). Mai există violența verbală, caracterizată prin insulte și atribuirea unor porecle ofensatoare, care identifică o caracteristică fizică a victimei (înălțime, masă corporală, culoarea părului, etnie) și o exploatează în defavoarea ei. Al treilea tip de violență este relațională, caracterizată prin excluziunea din grupuri sau prin răspândirea de bârfe și zvonuri. În ceea ce privește bullyingul tradițional, toate acestea se întâmplă în locurile frecventate de agresor și de victimă – la școală, la liceu sau la sală.

Multe dintre caracteristicile clasice ale bullyingului se regăsesc și la cyberbullying, dar există anumite diferențe clare. În primul rând, dispare violența fizică la propriu: agresorul se folosește doar de cea verbală și relațională. În loc să fie transmise prin viu grai, se folosesc noi canale de comunicare la distanță: chaturile, forumurile, rețelele de socializare și aplicațiile de mesagerie. Folosind aceste instrumente, dispare condiția de împărțire a unui teritoriu între agresor și victimă, cea din urmă putând fi găsită în orice loc și moment. Spre deosebire de școală, internetul nu își închide niciodată porțile. Agresorul cibernetic poate să folosească și anonimatul ca să își atingă obiectivul sau să acționeze în secret, lăsând victima complet descoperită. Astfel, ar putea să nu ajungă niciodată să își dea seama de ce unii oameni și-au schimbat comportamentul față de ea sau o evită.

Asociația englezească Ditch the Label, care acționează împotriva hărțuirii, a pornit o cercetare cu 10 000 de tineri, rugându-i să întocmească o clasificare a celor mai folosite tehnici de către agresorii cibernetici: trimiterea de mesaje private violente, lansarea de bârfe, comentariile dure lăsate pe profilul sau la poza utilizatorilor, împărtășirea online de fotografii și filmulețe rușinoase. Când ajung să dezvăluie informații private, profilurile lor sunt raportate moderatorilor de rețea, astfel încât să fie suspendate. Uciderea prezenței online a cuiva rămâne un act de violență.

Lunga cazuistică demonstrează că absența leziunilor fizice nu transformă cyberbullyingul în ceva mai puțin periculos, ci doar mai greu de combătut, tocmai pentru că bullyingul și cyberbullyingul coexistă și persecută victima și în persoană, și digital. Și din acest motiv merită subliniată importanța unui alt agent – observatorul. Cele două fenomene se întâmplă constant în prezența unor terți, mai ales pentru că agentul puterii vrea să obțină validare și atenție. Modul în care observatorii reacționează poate avea o mare influență asupra situației. Dacă alegem să coalizăm cu agresorul, să tăcem din cauza fricii și să izolăm victima, doar agravăm situația. Dacă denunțăm ce vedem și îl susținem pe cel agresat, convingându-l să vorbească despre ce s-a întâmplat, ne oferim ajutorul în găsirea unei soluții.

UN COȘMAR PENTRU ÎNTREAGA LUME

Cyberbullyingul este un fenomen care ia amploare în toată lumea, direct proporțional cu accesul la noile canale de comunicare. Fiindcă este vorba mai degrabă despre o problemă de nișă, ale cărei victime nu denunță agresiunile din cauza temerii de repercusiuni și a judecății celorlalți, nu avem date corecte despre creșterea în importanță a fenomenului.
Într-o cercetare a Ipsos din 2018, făcută în 28 de țări, prin intermediul a 20 000 de interviuri, un părinte din cinci a recunoscut că propriul copil este sau căzuse victimă a cyberbullyingului și aproximativ unul din trei declara că știe cazuri de acest gen în comunitatea din care făcea parte. Toate cifrele semnalau o creștere față de rezultatele obținute la aceeași cercetare cu șapte ani în urmă. Tot potrivit acestui studiu, canalul preferat folosit pentru agresiunile digitale este reprezentat de rețelele de socializare, folosite în 65% dintre cazuri.
Un studiu interesant al UNICEF din septembrie 2019 a demonstrat că ne aflăm în toiul unei drame care afectează toate națiunile, nu doar pe cele cu venituri medii mai semnificative. Cercetarea UNICEF desfășurată în 30 de țări din Asia, Africa și America de Sud a descoperit că, în medie, un copil din trei declară că a trăit pe propria piele bullyingul digital.

CAPITOLUL 15

DAUNELE REALE ALE BULLYINGULUI VIRTUAL

CONSECINȚELE CYBERBULLYINGULUI, CARE NU TREBUIE SUBESTIMAT

Astăzi ne stă la dispoziție o întreagă literatură științifică referitoare la această plagă socială. Și totul a apărut grație atenției îndreptate asupra cyberbullyingului în ultimii ani și muncii efectuate de asociații și instituții ca să sensibilizeze opinia publică asupra problemei. Știm concret efectele pe care le are asupra celor tineri și dinamicile prin care se propagă.

Victimele bullyingului și cyberbullyingului se aseamănă atât de mult, încât le putem face un portret-robot. Este vorba despre oamenii atacați des pentru anumite trăsături fizice sau estetice, care devin obiectul unor comentarii neplăcute: înălțime, masă corporală, mici

defecte, chiar și tunsoarea sau culoarea părului. Detaliile nu contează prea mult, dar devin pe loc, din cauza atenției agresorului sau găștii lui, unicul element definitoriu al identității victimei, plasată într-o poziție de inferioritate. Fiindcă este vorba despre o alegere arbitrară, înțelegem de ce ar putea un om – poate din cauza timidității sau a faptului că nu este perfect integrat într-un țesut social – să cadă victimă agresiunii. Mulți tineri susțin totuși că devin victime ale cyberbullyingului din cauza hobby-urilor sau intereselor, considerate „greșite", cum ar fi o persoană care nu practică sporturi, ci preferă activitățile reflexive, ca șahul sau jocurile RPG. Mai există și violența motivată de performanța academică: și dacă e peste medie, și dacă e sub medie, cineva ar putea să cadă pradă atenției agresorilor. În cele din urmă, trebuie să vorbim despre discriminarea adevărată, fie ea etnică, religioasă sau sexuală. Tinerii gay, cei proveniți din familii cu religii diferite de ale majorității sau cei cu handicapuri susțin în multe studii că au devenit victime ale agresiunii în procentaje mult mai ridicate decât colegii de aceeași vârstă care nu au astfel de trăsături distincte.

Din cele spuse până acum, ne dăm seama că bullyingul și varianta lui cibernetică pun în aplicare strategii de violență organizată împotriva minorităților sau a celor suficient de izolați cât să nu se poată apăra. Avem de-a face cu „înfruntări" totalmente asimetrice din punctul de vedere al forțelor puse în joc și ale căror dinamici sunt absolut previzibile.

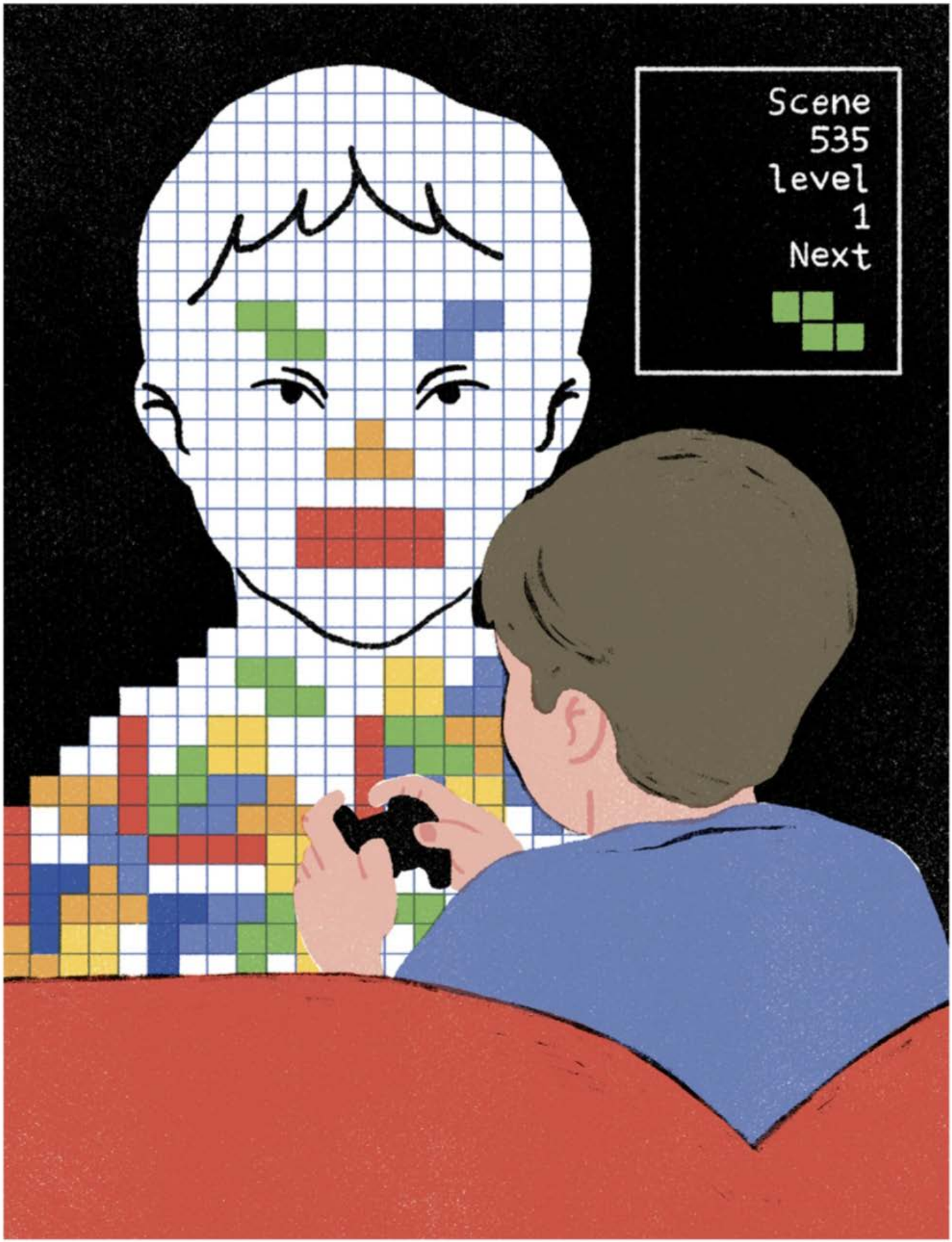
Acum, că am stabilit cine sunt victimele, să vedem cine sunt călăii. Cyberbully-ul, precum bully-ul în carne și oase, acționează ca să cucerească respectul sau controlul unui grup, fie el de amici sau colegi, acționând prin violența pe care o exercită asupra altora. Dar există o diferență majoră între bullying și cyberbullying – dacă primul este mereu voluntar și caracterizat de violența fizică, al doilea poate avea

loc chiar depășind intenția agresorului. O acțiune pornită de la bun început prin limbaj prezintă riscul de a fi prost înțeleasă. O glumă care întrece limita, dar care a fost spusă fără intenția de a răni sau un comentariu sarcastic prost interpretat pot cauza cam aceleași probleme ca o insultă adevărată. Din acest motiv, reacțiile sau lipsa lor din partea observatorilor au o influență asupra acestor dinamici și pot contribui la legitimarea sau dezmințirea lor. Dacă îi trimitem altcuiva un video în care o persoană este luată peste picior, dacă dăm *like* la glumele nesărate, dacă distribuim bârfe online, nu înseamnă că suntem neutri. Și acestea sunt gesturi care se încadrează în umbrela mai mare a cyberbullyingului. Poate involuntar sau fără să înțelegem, contribuim la producerea unui rău.

Aceste daune nu trebuie subestimate și merită să fie explicitate și cunoscute cu tot spectrul lor de gravitate. Studiul de la Ditch the Label dezvăluie că o victimă a cyberbullyingului din trei dezvoltă forme de anxietate socială și depresie, una din zece suferă de tulburări alimentare ca anorexia și bulimia sau fuge de acasă, iar 8% se refugiază în consumul de alcool și droguri. Merită să spunem că în cronicile internaționale nu sunt deloc rare cazurile de suicid în rândul adolescenților, asociate episoadelor de cyberbullying.

RĂZBUNAREA VICTIMEI

Unul dintre obiectivele agresorului este să distrugă stima de sine a victimei, să o facă să se simtă nulă, anihilând-o din punct de vedere psihic. Din păcate, tinerii supuși acestui tip de „tratament" își pierd încrederea și încep să creadă cu adevărat că sunt niște ratați. Asta e o situație împotriva căreia merită să te revolți, cum demonstrează și povestea care urmează. În facultate, o tânără și necunoscută artistă din New York a devenit fără voia sa protagonista unui grup de Facebook secret cu titlul „Stefani Germanotta, nu o să fii niciodată faimoasă", alături de care se afla o poză a sa, însoțită de o cruce neagră, pe care scria „fără talent". Doisprezece tineri din grup distribuiau gânduri sau fotografii cu Stefani, cărora le alăturau remarci usturătoare despre cât de disperată după atenție era Germanotta, insultând-o gratuit. Acea Stefani Germanotta e cunoscută astăzi ca Lady Gaga și e una dintre cele mai faimoase cântărețe din lume, cu vânzări de 28 de milioane de albume și 157 de milioane de single-uri. Ea a încasat mai mult de jumătate de miliard de dolari numai din concerte, a câștigat un Oscar, 11 premii Grammy, două Globuri de Aur, 13 MTV Video Music Awards și 13 intrări în Cartea Recordurilor. Nu e o răzbunare prea rea pentru o fată care „nu va deveni niciodată faimoasă".


Scene
535
level
1
Next

CAPITOLUL 16

UN JOC MAI PUȚIN AMUZANT

AGRESORII AU INVADAT PÂNĂ ȘI JOCURILE VIDEO

Stereotipul victimei bullyingului este imaginea unui copil cu ochelari imenși și o pasiune pentru jocurile video. Chiar acum, când bullyingului tradițional i se alătură cel cibernetic, nu e de mirare că unul dintre locurile virtuale în care acționează violent această plagă este chiar lumea jocurilor video.

Răspândirea conexiunii rapide la internet a făcut accesibilă și simplă conectarea la jocurile online. Numărul de jocuri care presupun prezența mai multor jucători e practic infinit. Chiar și calitatea și varietatea jocurilor au crescut de-a lungul timpului, susținând o afacere cu rate de creștere dintre cele mai stabile din sectorul de divertisment. Producțiile care dau dependență, precum Fortnite, Overwatch și

Apex Legends, saga istorice de tipul Call of Duty și Battlefield sau mai elaborate, ca League of Legends și Dota 2, sunt doar câteva dintre jocurile video capabile să strângă milioane de jucători de pe tot globul. Și, cum se întâmplă de obicei, unde e multă lume există și indivizi care își folosesc timpul nu ca să se distreze sau să elimine adversarii, ci ca să le distrugă viețile. Potrivit unei cercetări englezești, un sfert dintre tinerii care spun că au căzut victime bullyingului online se referă la terenurile de joacă virtuale.

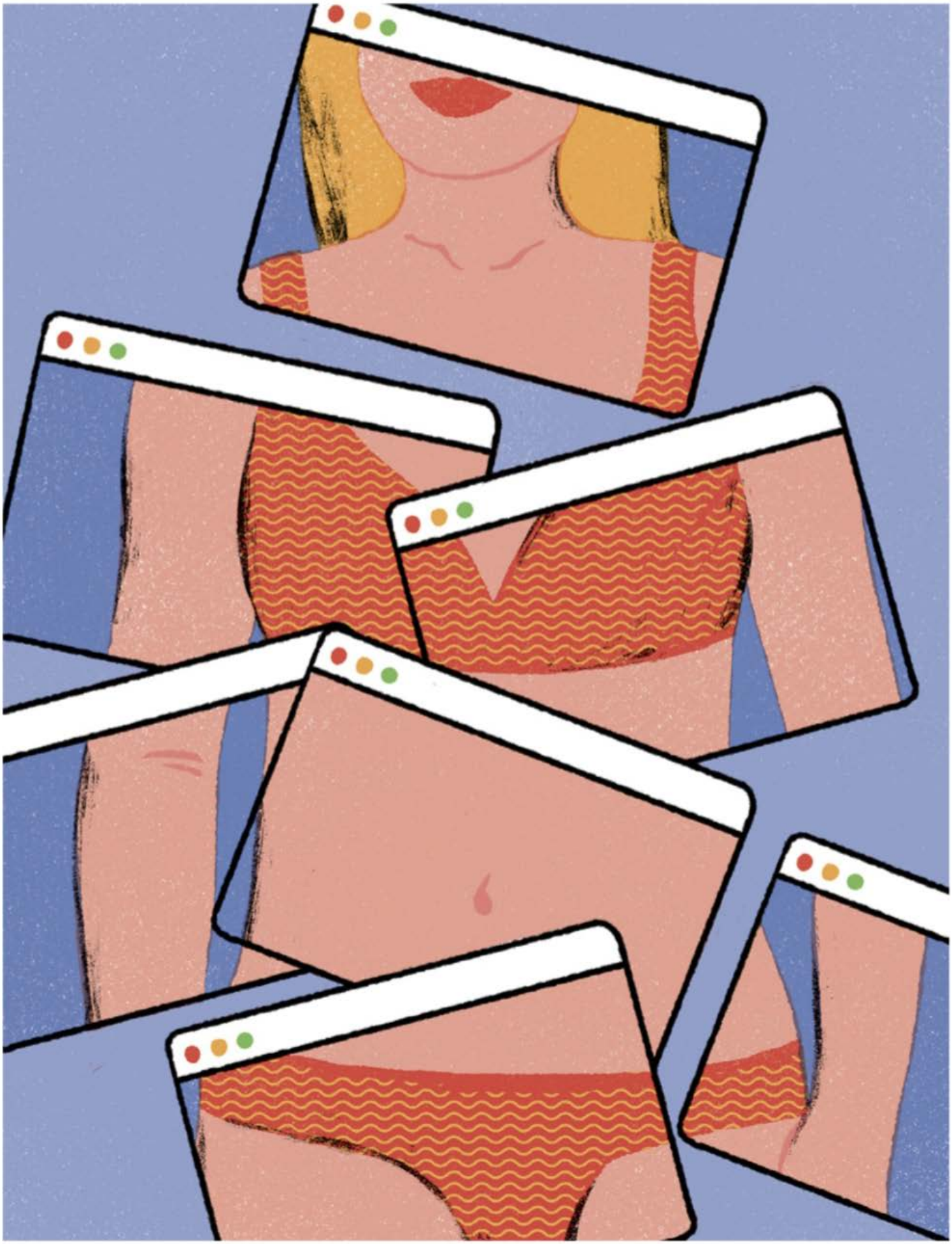
Cyberbullyingul are forme diferite. Să luăm drept exemplu jocurile cu împușcături (*shooter*), în care personajele sunt dotate cu arme de foc. Jucătorii pot să concureze unii împotriva celorlalți sau să fie împărțiți pe echipe, care să fie ghidate vocal prin chat, ca adevărate formațiuni militare. Acțiunea sub adrenalină pe de o parte și spiritul machist din unele comunități de *gameri* pe de alta se transformă adesea în teatrul celor mai rele izbucniri, în care insultele și amenințările devin o normalitate. Un studiu al University of Ohio din 2013 a analizat comportamentul *multiplayer* al Halo 3 pentru Xbox. Într-un caz, cercetătorii au folosit o voce feminină ca să se prezinte jucătorilor; în celălalt caz, una masculină. A reieșit că era de ajuns o voce de femeie ca să primești de trei ori mai multe insulte. Uneori, un simplu „la revedere tuturor" era urmat îndeaproape de un „taci dracului, panaramă". Și asta complet gratuit. Studii ulterioare au găsit o corelație între insulte și rezultatele mai proaste în joc. A rezultat că jucătorii cu rezultate mai slabe și mai frustrați erau mai predispuși să spună cuvinte dure, sperând să ascundă astfel rezultatele lor mediocre.
Femeile sunt principalele victime ale cyberbullyingului și pentru că sunt percepute ca un element straniu. Statisticile ne spun că jucătorii *hardcore*, care petrec mai mult timp în fața ecranelor sau consolei, sunt, în mare parte, bărbați. Prin competițiile de jocuri eSports

primim și confirmarea: printre primii 500 de jucători profesioniști cu premii câștigate există o singură femeie, mai jos de locul 300. Tendințele machiste se citesc, din nefericire, și în insultele homofobe și rasiste de pe chaturile și forumurile din acest sector.

Fenomenul de bullying în jocurile video este, din păcate, atât de răspândit, încât până și producătorii îi fac față cu greu. Asta se întâmplă și pentru că, o bună bucată de timp, ei au subestimat sau au pretins că nu văd problema tocmai ca să nu piardă o mare parte a publicului lor – exact cea fanatică și fidelă. Toate producțiile din ziua de azi au și instrumente care să semnaleze comportamentele nepotrivite, fiind adeseori însoțite de algoritmi automați care încearcă să protejeze pe oricine își dorește pur și simplu să se distreze. Suntem departe de a avea o soluție și vedem asta chiar din faptul că a apărut un termen specific care să identifice agresorii în jocuri – *griefer*. *Grieferii* sunt exact cei care încearcă să distrugă experiența altora, atacându-i fără motiv sau făcându-le viața un calvar, cu intervenții constante care să deranjeze. Nici măcar între pixeli și grafica tridimensională nu există pace.

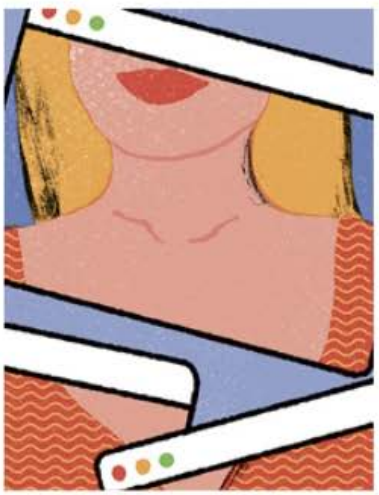
JOCUL VIDEO APRECIAT PÂNĂ ȘI DE VATICAN

Când ne gândim la jocurile video, probabil nu le asociem de prima dată cu Vaticanul și Biserica Catolică. Cu toate acestea, problema cyberbullyingului din jocurile video nu a lăsat indiferentă nici măcar lumea ecleziastică. În noiembrie 2019, părintele iezuit Robert Ballecer, supranumit „iezuitul digital", consilier pentru noua evanghelizare a Sfântului Scaun, a deschis primul server al Vaticanului dedicat jocului Minecraft, după ce a cerut sfatul celor peste 20 000 de urmăritori de pe Twitter. Unul dintre cele mai vândute titluri din istorie, Minecraft se numără printre cele mai folosite jocuri pe consolă și platformă. În acest joc, participanți din întreaga lume pot colabora ca să modeleze tot ce îi înconjoară, cub după cub. „Vreau să le ofer oamenilor un spațiu care să fie mai puțin toxic, în care să îi invit pe cei care își doresc să fie creativi, și să creez un mediu în care toți să se poată exprima și să apară legături între membri", a explicat Ballecer într-un interviu. Serverul de Minecraft nu este rezervat doar creștinilor și catolicilor fideli. Pot să îl acceseze toți oamenii, dar să respecte regulile conviețuirii civilizate. În caz contrar, sunt alungați.



CAPITOLUL 17

ATACUL INTIMITĂȚII: DOXING ȘI REVENGE PORN



CELE MAI INTIME DATE ALE NOASTRE SUNT ÎN PERICOL

Este foarte periculos să scoți la iveală un adevăr incomod. Asta a aflat pe pielea ei Anita Sarkeesian, jurnalistă și critic media, autoare a câtorva filmulețe apărute în 2012 care arătau că imaginarul jocurilor video e profund sexist. Însă munca ei nu a fost apreciată de o parte a comunității de *gameri* – incapabili să admită existența unei probleme referitoare la sexism în sectorul lor de activitate. Și așa a ajuns Sarkeesian victimă pe rețelele de socializare, fiindu-i adresate multe tipuri de amenințări, insulte și agresiuni. A devenit ținta unei practici numite *doxing*. Este vorba despre un neologism derivat din englezescul *docs* (documente), care constă în divulgarea online a unor informații private: loc de muncă, salariu sau, în cazul jurnalistei, adresa personală.

Doxingul este, din toate punctele de vedere, un tip de cyberbullying folosit pe post de vendetă sau pentru intimidarea jurnaliștilor și adversarilor politici. Informațiile și datele confidențiale dezvăluite pot, de fapt, să pună în pericol siguranța victimei și îi compromit reputația. Un studiu al New York University Tandon School of Engineering cu peste 5 000 de respondenți a arătat că, în 90% dintre cazuri, este aflată adresa victimei și, în jumătate dintre ele, numărul de telefon sau e-mailul. Nu lipsește, deși este mai rar întâlnită, răspândirea de informații ca datele bancare, asigurarea socială sau situația financiară.

Practica *doxingului* s-a născut odată cu internetul și a fost răspândită inițial ca formă de luptă digitală între grupări de hackeri care se provocau unul pe celălalt să descopere informații despre rivali, ca apoi să le afișeze ca pe o pradă de război. Însă expunerea datelor private nu este întotdeauna motivată de intenții rele și există chiar o dezbatere despre posibilitatea apariției unui *doxing etic*, folosit ca strategie cu scop nobil, precum demascarea cuiva care comite un delict – dezvăluirea identității unui *hater* anonim, de exemplu.
Granița dintre cele două lumi este însă foarte subțire și chiar și cele mai bune intenții pot provoca dezastre. În anul 2013, comunitatea Reddit a încercat să descopere cine fusese atacatorul de la maratonul din Boston (care a provocat moartea a trei persoane și rănirea a peste 250), considerând că l-au identificat cu ajutorul câtorva fotografii preluate de pe camerele amplasate la locul atentatului. Numele suspectului devine cunoscut public – un băiat dispărut de acasă de câteva săptămâni, pe care îl căutau părinții. Identificarea a fost confirmată de mai mulți jurnaliști, dar s-a dovedit complet greșită: tânărul, care suferea din cauza depresiei, a fost găsit mort, probabil în urma unui suicid. Părinții lui au fost însă expuși mai multe zile la rând atacurilor și amenințărilor venite din cauza presupuselor fapte ale fiului.

O categorie separată de *doxing* mai este și *revenge porn*, adică difuzarea unor materiale intime ale cuiva fără permisiunea sau cunoștința acestuia, cum ar fi fotografiile care conțin nuditate sau scene explicite de sex. Numele termenului are legătură cu „vendeta" care motivează o mare parte dintre aceste acțiuni. Victimele sunt aproape exclusiv femei, iar călăii lor sunt foștii soți sau parteneri care intenționează să le distrugă reputația după încheierea relației; chiar și multe vedete au trecut prin proba făcută de *revenge porn*. La fel ca în cazul *doxingului*, vorbim despre o activitate pedepsită prin lege, iar în multe țări au fost create norme severe care să o combată.

Din nefericire, legile nu au oprit răspândirea practicii și, în unele cazuri, fenomenul a dus chiar la sinuciderea victimelor devenite faimoase împotriva voinței lor. Canalele pe care sunt difuzate astfel de materiale au diverse forme și variază de la aplicațiile de mesagerie (care permit distribuirea filmulețelor în cercul de prieteni sau printre cunoscuții victimei) până la portaluri dedicate, care protejează identitatea celui care încarcă materialul. Site-urile sunt apoi frecventate de utilizatorii dispuși chiar să plătească pentru fotografii și video-uri pornografice, distribuite fără știrea protagonistei. Este alimentată astfel o afacere oribilă, care le garantează celor fără scrupule încasări făcute pe spinarea victimelor.

ÎȚI TRIMIT POLIȚIA LA UȘĂ

Cât de periculoase sunt *doxingul* și dezvăluirea adresei cuiva o demonstrează un fenomen apărut drept consecință imediată – *swattingul*. Termenul provine din cuvântul SWAT, echipajul special de poliție din Statele Unite, și indică practica de alarmare a forțelor de ordine printr-o amenințare inventată, făcându-le astfel să meargă până la casa cuiva. Deși pare o glumă nevinovată, vorbim despre un fenomen care nu trebuie subestimat. Să ne aducem aminte tragedia întâmplată în anul 2017 la Wichita, în Kansas. Un apel către poliție a denunțat o sechestrare de oameni în casa cuiva, iar echipa de intervenție a mers la fața locului, împușcând și omorând un bărbat. SWAT-ul fusese păcălit de Tyler Barriss din Los Angeles (situat la peste 2 000 de kilometri depărtare de Wichita), care inventase toată povestea ca să se răzbune în urma unei dispute născute într-un joc video. Barriss sunase la numărul de urgență, prefăcându-se că era răufăcătorul aflat pe punctul de a da foc casei cu ostaticii înăuntru, punându-i poliției la dispoziție adresa celui pe care îl voia pedepsit și provocând astfel moartea unui om complet nevinovat. Barriss folosise deja *swattingul* și alarmele false cu bombă de zeci de ori și a fost condamnat la 20 de ani de închisoare. Chiar și când nu provoacă moartea cuiva, practica este ilegală. În unele țări, fapta este văzută ca o infracțiune în sine, iar în altele intră oricum în cazuistica raportării false și a obstrucționării legii.

CAPITOLUL 18

CUM SĂ ÎNFRÂNGI UN CYBERBULLY

RECUNOAȘTEREA ȘI COMBATEREA BULLYINGULUI DIGITAL

Unul dintre riscurile cyberbullyingului este că agresorul nu este nici măcar avertizat sau denunțat. Victima rămâne, de fapt, în tăcere, fiindcă se simte izolată sau nu are încredere în faptul că alții i-ar putea sări în ajutor. Mai există și terții care preferă să nu intervină din cauza fricii de repercusiuni sau care nu își dau seama ce se întâmplă. Așa că iată câteva sugestii ca să recunoști și să combați eficient cyberbullyingul, să te alături victimei sau unei persoane care o cunoaște.

Importanța prevenției

Învață să folosești corect instrumentele digitale. Nu trebuie demonizate, ci folosite responsabil, ca să ne dezvăluie pericolele.
Nu trimite și nu distribui sub nicio formă fotografii sau alte informații private, care ar putea fi folosite într-o zi ca armă împotriva

ta, mai ales dacă vorbim despre conținuturile sexuale.
Protejează-ți intimitatea online alegând parole sigure, refuzând cererile venite din partea necunoscuților, limitând numărul de oameni care să ajungă la paginile tale.
Nu încuraja și nu distribui conversații menite să facă rău cuiva.
Nu te lăsa provocat online. De multe ori, asta își dorește cyberbully-ul. E mai bine să aștepți și să cumpănești cum să răspunzi la o provocare. În cele mai multe cazuri, e mai înțelept să nu răspunzi.

Ce să faci dacă ai devenit victima cyberbullyingului

Blochează agresorii. Toate aplicațiile de mesagerie și rețelele de socializare sunt prevăzute cu instrumente care să împiedice oamenii să îți trimită mesaje sau să vadă ce publici. Totodată, platformele îți permit să „raportezi" comportamentele nepotrivite și să contribui astfel la închiderea conturilor agresorilor.
Vorbește cu părinții sau cu profesorii. În plus, dacă e necesar, cu psihologii, medicii de familie sau cu numerele de urgență. Există mulți oameni care au pregătire specializată exact ca să combată acest fenomen.
Acceptă ajutor din exterior. Din păcate, unii cred că își pot rezolva problemele singuri sau că „nu merită să toarne" agresorul. Se înșală. E mai mult decât util să caute sprijinul oamenilor pe care i-am menționat mai devreme.
Documentează ce se întâmplă salvând mesajele și făcând *screenshoturi* când ești insultat sau amenințat din senin, chiar dacă e un efort în plus. Dovezile îți vor fi utile ca să demonstrezi ce se întâmplă.
Denunță cele întâmplate. Dacă e necesar, fă asta cu ajutorul unui adult, fiindcă fapta poate fi semnalată forțelor de ordine. Cyberbullyingul, ca orice act de violență, e o infracțiune pedepsită

prin lege în majoritatea țărilor. De altfel, există planuri promovate de instituțiile statului de sensibilizare a opiniei publice și de combatere a fenomenului.

Ce să faci în cazul în care cineva cunoscut este victimă a cyberbullyingului

Primul pas este să înțelegi că o persoană a căzut victimă cyberbullyingului. Chiar dacă nu am asistat la niciun episod de acest fel, există câteva semnale care ar trebui să ne trezească atenția: folosirea în exces sau deloc a dispozitivelor de comunicare, închiderea conturilor, pierderea interesului, apatia, depresia.

Când apar aceste semnale, trebuie să investigăm temeinic, adresându-i întrebări celui vizat și încercând să reconstruim cu precizie scenariul întâmplării.

Dacă este vorba despre cyberbullying, trebuie să documentăm întâmplarea cât mai exact, ca să avem probe mai târziu: un bun exemplu sunt *screenshoturi* cu mesajele, salvarea linkurilor cu subiecte și conversații mai delicate.

Reclamă ce se întâmplă în fața oamenilor competenți: cadrelor didactice dacă este implicată și școala, platformei de socializare prin mijloacele prevăzute de avertizare, forțelor de ordine dacă e deja vorba despre consecințe majore.

Sprijină victima, arătându-ți deschiderea spre a asculta cele întâmplate fără să o învinuiești vreodată și intervenind în favoarea sa în discuțiile digitale în care este agresată.

CERCUL VICIOS AL VIOLENȚEI

Bullyingul și cyberbullyingul pot fi comparate, în anumite privințe, cu o boală: provoacă durere și sunt „contagioase". Există chiar probabilitatea ca victimele acestei plăgi să devină, la rândul lor, violente. Un studiu al American Academy of Pediatrics din 2016, făcut cu ajutorul unui eșantion de tineri cu vârstele cuprinse între 10 și 17 ani, a descoperit că mai mult de un tânăr din trei care trecuseră printr-un episod de bullying tradițional sau de cyberbullying se exprima apoi prin comportamente agresive: insulte verbale, agresiuni fizice, vandalizare. În multe cazuri, victimele învață pe propria piele tehnicile hărțuirii digitale tocmai din cyberbullying și le folosesc, la rândul lor, asupra altor oameni. Ele dau naștere astfel unor lanțuri de evenimente care, ca un bulgăre de zăpadă care se rostogolește de pe munte, se transformă pas cu pas într-o avalanșă de ură. În plus, contagierea celor despre care vorbim nu se oprește la dinamica dintre victimă și călău, ci privește și spectatorii – cei care asistă fără să reacționeze în vreun fel. Aceste persoane trăiesc într-o stare de frică și anxietate socială care, de multe ori, îi formează în spiritul indiferenței și al lipsei de empatie pentru cei cărora li se întâmplă nedreptăți – un alt efect colateral la fel de îngrijorător al diferitelor forme de bullying.

DICȚIONAR

Fake news. Știri false, adeseori minciuni, care se răspândesc prin intermediul mijloacelor de informare sau al aplicațiilor de mesagerie. Create ca să afecteze adversarii, ca sursă de îmbogățire sau dintr-o glumă, fake news există de mai multă vreme decât internetul. Însă, odată cu apariția rețelelor de socializare, au găsit un nou și mai puternic canal de propagare.

Post-truth. Tradus și ca post-adevăr – dincolo de adevăr –, se referă la o expresie născută în anii '90 și intrată în uz abia în ultimii cinci ani. Arată condiția în care veridicitatea unei afirmații cade pe locul al doilea și e mai puțin relevantă într-o dezbatere dominată de știri bazate pe emoții și convingeri personale, chiar dacă nu se știe dacă sunt credibile sau nu.

Mis-information, dis-information și mal-information. Trei categorii de „tulburări informative" teoretizate de Claire Wardle ca să depășească definiția clasică a fake news. *Mis-information* se verifică atunci când o știre falsă este emisă fără intenții negative, ci din cauza unor neînțelegeri sau din grabă. *Dis-information* subsumează știrile inventate ad-hoc ca să afecteze imaginea unor indivizi sau organizații. *Mal-information* are un sâmbure de adevăr, însă este creată tot ca să denigreze pe cineva.

Clickbait. Înseamnă „momit de clic" și constă în încercarea de „prindere în cârlig" a atenției cititorilor de pe internet cu ajutorul titlurilor ambigue, alarmante, senzaționaliste și înșelătoare. Este o

tehnică folosită de multe site-uri, cu obiectivul de a păcăli un număr mare de oameni să apese pe linkurile cu știri, făcând astfel autorul să câștige bani de pe urma reclamelor de pe site.

Fact-checking. Constă în verificarea autenticității afirmațiilor făcute de personajele publice și politice. Se află la baza profesiei de jurnalist și este scopul activității de cercetare întreprinse de anumite bloguri și site-uri dedicate. Este vorba despre un domeniu legat de lumea informației, aflat în plină creștere alături de **debunking**, care își propune să demonteze, prin intermediul probelor și știrilor adevărate, fake news și legende urbane răspândite sau relansate pe rețelele de socializare.

Echo chambers. „Camerele de rezonanță" sunt o metaforă care explică în ce fel se răspândesc informațiile când sunt repetate într-un mediu închis (un cerc de prieteni, o rețea de socializare). Refolosirea sloganurilor politice, falsurile relansate fără să fie dezmințite de cineva, opiniile pe care le citim pentru că sunt scrise de cineva care gândește ca noi sunt exemplificări ale fenomenului care se încheie prin întărirea convingerilor de la care am plecat. Algoritmii rețelelor de socializare urmăresc să întărească ecoul camerelor de rezonanță, propunându-ne doar conținuturi care să ne fie pe plac.

Deepfake. Filmulețe create de software-uri care exploatează inteligența artificială și manipulează imaginile ca să suprapună chipul cuiva peste al unui actor. Majoritatea producțiilor *deepfake* conțin

scene sexuale și au ca protagoniști staruri de cinema sau din domeniul muzical, „introduse“ în clipurile pornografice fără știrea lor.

Hate speech. Incitarea la ură, mai precis folosirea frazelor violente în public și pe rețelele de socializare cu obiectivul de a încuraja intoleranța și violența împotriva cuiva, a unui grup etnic sau a unei categorii sociale. Poate să cuprindă și amenințări fizice sau chiar cu moartea. Utilizatorii acestui tip de discurs sunt numiți *hateri*.

Cyberbully. Agresorul care folosește instrumentele pe care i le oferă digitalul: conexiune la internet, rețele de socializare, aplicații de mesagerie. Spre deosebire de bully-ul tradițional, cyberbully-ul evită violența fizică, în schimb o folosește pe cea verbală (insulte, bârfe, ofense, porecle) și pe cea relațională (izolarea victimei de grup). Cyberbully-ul poate ataca direct sau acționa din umbră ca să distrugă reputația victimei, coalizând cu alții împotriva sa. Când agresorul acționează prin intermediul jocurilor video dorind să strice experiența altor jucători, el se numește *griefer*.

LECTURI RECOMANDATE

Temele pe care le-am abordat în această carte sunt ample, adeseori complexe și se află în atenția presei și a comunității științifice. Să te pierzi printre numeroasele surse disponibile este, așadar, destul de ușor și un ghid ar putea fi util fie pentru a cunoaște ultimele apariții din domeniu, fie pentru a rămâne informat cu privire la noile tabere care intră în discuție.

În ceea ce privește fake news, nu putem rămâne indiferenți față de munca lui **Claire Wardle,** directoarea ONG-ului First Draft și autoarea studiului „Information Disorder", una dintre cele mai profunde și mai atente lucrări despre fenomenul dezinformării, care este capabilă să traseze o linie clară între mecanismele și agenții producției și răspândirii informațiilor neadevărate și care încearcă să propună soluții pentru a demonstra și îndepărta problema, imaginându-și posibile scenarii viitoare. Raportul de 110 pagini, „Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making", poate fi consultat gratuit pe site-ul Consiliului Europei, la adresa coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder.

Chiar și site-ul celor de la **First Draft** – firstdraftnews.org –, disponibil în cinci limbi străine, merită pus pe lista cu favorite, mai ales de cei interesați să profeseze în jurnalism. La rubrica „Training" sunt disponibile mai multe cursuri cu tot cu ilustrații video, care își propun să ofere instrumentele și sfaturile necesare pentru verificarea știrilor din mediul online.

Tot în sfera tematicii fake news intră și una dintre cele mai documentate arhive, aceea a site-ului de *fact-checking* american **Snopes**, apărut în 1994, care este capabil să recunoască zeci de mii de minciuni (recunoscute și ca „brașoave") împărțite pe categorii și tipuri, la adresa snopes.com/archive.

Pentru cine caută materiale în limba maternă, sugestia mea e să viziteze portalul **International Fact-Checking Network**, consorțiu care reunește cele mai bune publicații din lume dedicate *fact-checkingului*, și să își caute conaționalii care au aderat la această inițiativă. Găsești mai multe informații la adresa ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories.

Pentru o sursă ceva mai istorică, există **The Museum of Hoaxes**, spațiu online gândit ca un adevărat muzeu, care conține mii de minciuni și legende urbane devenite faimoase în diferite perioade istorice, din Evul Mediu până în prezent. Poate fi accesat la adresa hoaxes.org.

Problema *haterilor* și a *hate speechului* stă la baza unui proiect ambițios inițiat de **Convenția pentru prevenirea și reprimarea crimei de genocid.** Regulile operațiunii de combatere a fenomenului, considerat de ONU „precursorul crimelor atroce din ultimii 65 de ani, printre care se numără și epurările etnice din Rwanda, Bosnia și Cambodgia" pot fi găsite (traduse în șase limbi) la adresa un.org/en/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml. Ele demonstrează

că până și insultele aruncate pe rețelele de socializare, citate explicit în raportul ONU, pot deveni prima verigă a unei tragedii la scară globală.

Pentru cine vrea să aprofundeze subiectul cyberbullyingului, dinamica dintre fenomen și principalele metode de a-l combate, resursele cele mai bune sunt furnizate de programele finanțate de Guvern și instituțiile statului. Un prim pas poate fi vizitarea site-ului pus la punct de instituțiile și forțele de ordine din propria țară. La nivel internațional, merită făcută o vizită la programul american **stopbullying.gov**, structurat într-o manieră simplă, ca să le ofere informații utile victimelor bullyingului și cyberbullyingului, profesorilor și părinților sau celor care asistă la astfel de scene. Printre cele mai interesante materiale sunt trimiterile făcute la cercetările care explică efectele diferitelor forme de bullying asupra celor mai mici și strategiile cele mai bune de prevenție a problemelor.

DESPRE AUTOR ȘI ILUSTRATOARE

Mauro Munafò s-a născut în provincia Messina și a urmat științele comunicării și jurnalismul la Università degli Studi di Padova și la Instituto „Carlo de Martino" din Milano. Este jurnalist la săptămânalul italian *L'Espresso* din anul 2013. Anchetele pe care le-a făcut în ultimii ani au acoperit subiecte politice, din sfera digitală și au analizat felul în care folosim rețelele de socializare pentru comunicarea electorală. A colaborat și cu publicații precum *Repubblica*, *Wired* sau *Sole 24 Ore*. În timpul liber administrează blogul „Il Paese che non ama" și pagina de Facebook cu același nume.

Marta Pantaleo este considerată una dintre cele mai interesante voci din rândul ilustratorilor italieni. Prima ei carte, *Ciao ciao giocattoli*, apărută în 2016, a câștigat premiul Silent Book Contest. De atunci, lucrează cu unii dintre cei mai importanți editori și cu unele dintre cele mai importante publicații din Italia și din lume, printre care *The New York Times*, *la Repubblica*, *La Stampa*, *Corriere della Sera*, *Orecchio Acerbo*, *De Agostini* și *Feltrinelli*.